

T.C. İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

2000-2010 YILLARI ARASI TÜRK SİNEMASI FİLM AFİŞLERİNİN GELİŞİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gökçe MARŞAP

1110060011

Anabilim Dalı: İletişim Tasarımı

Programı: İletişim Tasarımı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Okan Ormanlı

HAZİRAN 2013

T.C. İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

2000-2010 YILLARI ARASI TÜRK SİNEMASI FİLM AFİŞLERİNİN GELİŞİMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gökçe MARŞAP

1110060011

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: Mayıs 2013

Tezin Savunulduğu Tarih: 14 Haziran 2013

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Okan Ormanlı

Jüri Üyeleri: Prof. Dr. Selahattin Ganiz (G.Ü)

Prof. Dr. Şerife Cengiz (İ.A.Ü.)

Yrd. Doç. Dr. Fuat Akdenizli (İ.A.Ü.)

HAZİRAN 2013

ÖNSÖZ

Tez çalışmasında, Türk Sinemasında 2000-2010 yılları arasındaki dönemde film afişlerinin gelişim süreci incelendi. Afişlerde ilk başlangıç dönemlerinde fotoğraf kullanımı öncelikli iken, daha sonra tercih edilen illüstratif afişlerin yerini 1990'ların sonlarına doğru başlayan bilgisayar destekli tasarım formlarının nasıl etkilediği nitel olarak araştırıldı.

Bu çalışmamda emeği geçen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Okan ORMANLI'ya, bugüne kadar gelmemi sağlayarak bu tezi hazırlamam sırasında dolaylı olarak destek veren sevgili Babama ve Anneme, bana her zaman destek olan değerli hocalarıma ve ve bu süreçte fikir alışverişinde bulunduğum sevgili yüksek lisans arkadaşım Ömür Kınay'a çok teşekkür ederim.

Haziran, 2013

Gökçe MARŞAP

İÇİNDEKİLER

ŞEKİL VE RESİM LİSTESİ	iv
AFİŞ LİSTESİ	v
TÜRKÇE ÖZET	vi
YABANCI DİL ÖZET	vii
1. GİRİŞ	1
2. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ	3
2.1. Grafik Tasarım	3
2.2. Afişin Tanımı	8
2.3. Afiş Tasarımı	11
2.3.1. İmge	11
2.3.2. Renk	14
2.3.3. Renklerin Farklı Kültürlerdeki Anlamları	16
2.3.4. Yazı	16
3. SİNEMADA AFİŞ	19
3.1. Afiş Sanatının Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Süreci	19
3.2. Çağdaş Türk Sanatında Grafik Sanatların Gelişimi	28
3.3. Sinemada Afiş	34
4. TÜRK SİNEMASINDA AFİŞ	39
4.1. Dünya’da Sinema Afişleri (Görsel Etki Bağlamında)	39
4.2. Türkiye’de 2000’e kadar Sinema Afişi	51
4.3. Sinemada Dijitalleşen Afiş	55
5. 2000-2010 YILLARI ARASI TÜRK SİNEMASI FİLM	
AFİŞLERİNİN GELİŞİMİ	62
5.1. Örnek Film Afişi İncelemeleri	67
5.2. Vizontelevizyon	68
5.3. Deli Yürek Bumerang Cehennemi	70

5.4. O Şimdi Asker	72
5.5. G.O.R.A.	74
5.6. Hababam Sınıfı Askerde	76
5.7. Kurtlar Vadisi Irak	78
5.8. Hokkabaz	80
5.9. Recep İvedik	82
5.10. Recep İvedik 2	84
5.11. Güneşi Gördüm	86
5.12. Eyvah Eyvah	88
6. SONUÇLAR	90
KAYNAKÇA	93

ŞEKİL VE RESİM LİSTESİ

Şekil 1.	57
Resim 1: Jules Cherét.....	20
Resim 2: Alphonse Mucha.....	21
Resim 3: Jules Cherét.....	21
Resim 4: Toulouse Lautrec.....	21
Resim 5: Jules Cherét.....	21
Resim 6: Toulouse Lautrec.....	22
Resim 7: Julis Klinger.....	24
Resim 8: Lucian Bernhard.....	25
Resim 9: Otto Lehmann.....	25
Resim 10: Alfred Leete.....	25
Resim 11: Montgomery Flagg.....	25
Resim 12: Milton Glaser.....	26
Resim 13: Herbert Matter.....	26
Resim 14: Cassandre.....	27
Resim 15: Cassandre.....	27
Resim 16: J.Muller-Brockmann.....	27
Resim 17: Herbert Matter.....	27
Resim 18: İhap Hulusi Görey.....	30
Resim 19: İhap Hulusi Görey.....	31
Resim 20: İhap Hulusi Görey.....	31
Resim 21: İhap Hulusi Görey.....	32
Resim 22: Mengü Ertel.....	33
Resim 23: Mengü Ertel.....	33
Resim 24: Sadık Karamustafa.....	33
Resim 25: Kaleydoskop İllustrasyonu.....	35
Resim 26: Hangover.....	42
Resim 27: True Blood.....	43
Resim 28: Inception.....	44
Resim 29: Inglorious Basterds.....	46
Resim 30: Watchmen.....	47
Resim 31: Jurassic Park.....	48
Resim 32: The Godfather.....	49

AFİŞ LİSTESİ

Afiş 1: Vizontele (2000)	66
Afiş 2: Deli Yürek (2001)	68
Afiş 3: O Şimdi Asker (2002)	70
Afiş 4: G.O.R.A. (2003)	72
Afiş 5: Hababam Sınıfı Askerde (2004)	74
Afiş 6: Kurtlar Vadisi Irak (2005)	76
Afiş 7: Hokkabaz (2006)	79
Afiş 8: Recep İvedik (2007)	81
Afiş 9: Recep İvedik 2 (2008)	83
Afiş 10: Güneşi Gördüm (2009)	85
Afiş 11: Eyvah Eyvah (2010)	87

Üniversite : T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler
Anabilim Dalı : İletişim Tasarımı
Programı : İletişim Tasarımı
Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Okan ORMANLI
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek lisans - Haziran 2013

KISA ÖZET

2000-2010 YILLARI ARASI TÜRK SİNEMASINDA FİLM AFİŞLERİNİN GELİŞİMİ

Gökçe Marşap

Bu çalışmada 2000-2010 yılları arasında yapılan filmlerin afiş çalışmalarında 10 yıllık dönem kapsamında ele alınarak gelişim süreci incelenmiştir. Afiş tasarımları doğrudan sosyal ve toplumsal konularla ilişkili olduğu için tasarıma etki eden faktörleri öncelikli olarak ele alınmaktadır.

İşte bu bilişim ve iletişim teknolojilerinin sunduğu hızlı değişim ve dönüşüm sürecinde çağdaş film afiş tasarımcıları birçok yeni grafik tasarım program ve öğelerini kullanarak dijital unsurların film afişlerinin hazırlanmasında altyapısını teşkil etmesini sağlamışlardır. Bu çalışmada ortaya çıkan bu yeni film afiş tasarım süreci 2000 ile 2010 yılları arasında Türk Sineması film afişlerinin gelişim süreci incelenmeye çalışılmaktadır.

Çalışmada özellikle dijital platformda hazırlanan film afişleri yıllar itibariyle seçilen örnek afiş üzerinden incelemesi yapılmaktadır. Bu film afişleri o yıl içindeki en çok izlenen Türk filmi afişlerinden seçilmiştir. Sinema severlerin beğenisine uygun olarak tasarımılanan bu film afişleri incelendiğinde benzerlikler görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Film afişi, Türk Sineması, dijitalleşme, fotoğraf, görsel sanat

University : **Istanbul Kültür University**
Institute : **Social Sciences**
Department : **Communication Design**
Program : **Communication Design**
Supervisor : **Asst. Prof. Dr. Okan ORMANLI**
Degree Awarded and Date: **MA - June 2013**

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF TURKISH CINEMA MOVIE POSTERS BETWEEN 2000-2010

Gökçe Marşap

In this study of the posters of films made between 2000-2010 were discussed within the development process of a 10-year period. Banner designs to be related directly to the issues being addressed as a priority for the factors that affect the design.

Here are quick to offer the information and communication technologies in the process of change and transformation in contemporary film poster designers using the many new elements of graphic design and digital elements of the program that provided the basis for the preparation of movie posters. In this study, the design process of coming out of this new movie posters movie posters Turkish cinema between 2000 and 2010 will be studied in a qualitative development process.

In particular, the digital platform through analysis prepared posters movie posters are chosen over the years. This is Turkey's most-watched movie posters movie posters that were selected during the year. This movie posters designed in accordance with the interest of moviegoers were analyzed similarities.

Key Words: Movie poster, Turkish Cinema, Digitalize, Visual art

GİRİŞ

Bu çalışmada ülkemizde üretilen filmlerin afiş tasarımlarına odaklanarak 10 yıllık periyod ele alınmıştır. 2000-2010 yılları arasında incelenen film afişlerinin gelişimi nitel olarak değerlendirilmiştir. Afiş tasarımları doğrudan konularla ilişkili olduğu için tasarıma etki eden faktörleri öncelikli olarak ele alınmaktadır. Bunun yanı sıra Türk sinemasındaki değişime paralel olarak gelişen afiş tasarımı teknolojik değişimler de göz önüne alınarak değerlendirilmektedir. Sinema filmlerinin izleyiciye duyurmak için hazırlanan belge niteliğindeki mesajları taşıyan afişler sayesinde mümkün olmaktadır. En etkili iletişim araçlarından biri haline gelen sinemanın ülkemizde bir sanat dalı olarak değerlendirilmeye başlaması 20. yüzyılın ikinci yarısında başlamaktadır.

Sinemanın yaygınlaşarak kitlelere daha kolay erişilebilmesi için etkin pazarlama tekniklerinden yararlanmalıdır. Seyirciye erişim sürecinde en etkili iletişim yöntemi film afişlerinin daha özgün ve yalın olarak hazırlanması gerekir. Sinema sanatı ile ilişkilendirildiğinde afiş sanatı da sinemayla birlikte yürümektedir. Bu çalışmanın hazırlanmasında özellikle Tefvik Fikret Uçar, Emre Becer ve diğer grafik tasarım alanı uzmanlarının yayınlarından yararlanılmıştır.

Bu tez çalışmam, Giriş, Grafik Tasarım ve Afiş, Sinemada Afiş, Türk Sinemasında 2000-2010 yılları arasında Afiş ve 2000-2010 yılları arası Türk Sineması Afişlerinin Gelişimi ve Sonuçlar bölümlerinden oluşmaktadır. Giriş bölümünde konunun niteliği, önemi, çalışmanın amacı, sınırları, ilgili yayınlar, araştırma ve sunuş metodu üzerine bilgiler verilmiştir. Devam eden bölümde Grafik Tasarım ve Afiş, “Grafik tasarım”, “Afişin Tanımı”, “Afiş Tasarımı” üç alt başlığa ayrılmış afiş tasarımı hakkında bilgilere yer verilmiştir. Afiş sanatının ortaya çıkışı ve tarihsel süreci, Çağdaş Türk Sanatında grafik tasarımın gelişimi ve Sinemada afiş konuları ele alınmıştır. Afişlerin sanatsal ve tasarım özellikleri örneklerle açıklanmış ve bu konuda detaylı bilgi verilmiştir.

“Türk Sinemasında Afiş” kısmında, “Dünya’da Sinema Afişleri”, “Sinemada Dijitalleşen Afiş” ve “Türkiye’de 2000’e kadar Sinema Afişi” bölümleri ele

alınmıştır. Sinema afişlerinde sanat ve tasarım açısından etkili olan faktörler belirtilmiştir. Bilahare, “2000-2010 yılları arası Türk Sineması Afiş Gelişimi” bölümünde, tez kapsamındaki afişler etkinlik ve üslup açısından değerlendirilerek ortak ve farklı hususlar üzerinde durulmuş ve gelişim çizgisindeki yerleri açıklığa kavuşturulmuştur. Bu dönemdeki film afişlerinin gelişimi ve o yıl içinde en yüksek gişe hasılatı yapan örnek filmlerin afişleri ele alınarak nitel olarak değerlendirilmiştir.

2. GRAFİK TASARIM VE AFİŞ

2.1. Grafik Tasarım

Görme duyusu doğduğumuz andan itibaren başlayan bir süreçtir. Kişiler görebek kurulan iletişim sürecinde etrafındaki gelişmeleri algılayabilmektedir. Çevrede yaşanmakta olan gelişmeler görme duyusuyla algılanıp adlandırılabilir. Bir sonraki adımda ise durumla ilgili çeşitli duygu, düşünce ve davranış faaliyetlerine yer verilir. Bu açıdan görme duyusu en önemli duylardan biridir.

İnsanlık tarih boyunca görme duyusunu geliştirmek üzere çalışmıştır. Tarihle beraber insanoğluna kalan önemli kültür varlıkları ve ilk izler günümüze kadar gelmiştir. Görsel iletişimin bilinen ilk izleri, güney Fransa'da Lascaux Mağarası'nda piktogram ve semboller biçiminde ortaya çıkar (M.Ö. 15,000-10,000). Lascaux Mağarasındaki bu izler iletişim kurmak için tanımlanmakta olsa da, aslında bu izler en eski görsel eserlerdir.

“Grafik tasarım; 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyma yöntemiyle yazılan, çizilerek yapılan ve daha sonraları da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmaya başlanılmıştır”(Ketenci 278).

Bu devam eden süreçte grafik tasarım öğelerinin kullanım alanları el ilanlarıdır. El ilanlarıyla beraber üretimlerini halka duyurma imkanı bulunmuştur.

“Grafik tasarımın doğuşu sokaklardaki ilginin artması ve 1881 yılında Fransa'da çıkan basın özgürlüğüyle meydana gelmiştir. Sanayi devriminin çarklarının çalışmaya başlamasıyla grafik tasarıma önem verilmiş, daha çok sattırmak ve inandırıcılığı arttırmak için çeşitli türden çalışmalar yapılmıştır”(Merter 11). Dekoratif sanatların ışığında doğan grafik tasarımın, asıl doğduğu yer sokaklardır.

19. yüzyılda fotoğrafın icadıyla grafik tasarım alanında yepyeni bir dönem başlamıştır. Fotoğrafla düzenleme yapılmaya başlanması ve litografi tekniklerinin gelişimi grafik tasarımda ilerleme sağlayan temel elemanlar arasındadır. “Reklamcılığın miladı, muhtemelen, afişlerin tüm sokakları süslemeye başladığı 1870'li yıllardır. Ancak önce biraz gerilere gidildiğinde, 1796 yılında litografinin

yani taş baskı tekniğinin icadına ve bu teknikle üretilip çoğaltılan afişler tanıklık edilmiştir”(Merter 11).

19. yüzyılın ikinci yarısında litografi ve fotoğraf tekniklerinin gelişimi bir yandan kitlelerin haber alma olanaklarını geliştirirken, diğer yandan da sanatçıların ve tasarımcıların bu yeni teknikleri iletişim ve tanıtım faaliyetlerinde kullanmalarına imkan sağlamıştır. (Teker 71)

Teknolojik ilerlemeler tasarım alanlarını pozitif yönde etkilemektedir. “Basımın gelişmesiyle beraber grafik alanında da gelişmeler kendini açıkça gösterir. 1796’da Senefelder tarafından bulunup Engelmann tarafından geliştirilen litografi baskı tekniği yıldan yıla daha da ilerler: Resimlerin büyük boyutlarda üretilmesini kolaylaştırır”(Weill 12).

Üretimin çoğalması, ilerlemenin durdurak bilmeden devam etmesi büyümekte olan grafik tasarımı daha da belirgin olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır. Grafik tasarım ile ilgili çalışmalar emin ve sağlam adımlarla yoluna devam etmektedir. Paris’te sanayi devrimi sürecinde üretime ve reklama verilen değer de grafik tasarımı olumlu yönde etkilemiştir.

Daha sonra makine çağına doğru gidişin başlaması yaşam içinde birçok alanı etkisi altına almıştır. Grafik tasarımda sadece makinenin değil, insan öznesinin de önemi ilerleyen dönemlerde giderek etkisini arttıracaktır.

Bilgisayarın kullanılmaya başlanmasıyla dünyada eskiye oranla bambaşka bir döneme doğru gidilmektedir. Grafik tasarımın hizmetine giren bilgisayar, 1980’li yıllardaki grafik tasarımın seçkinlerini temsil etmekte olan sanatçılar iki konu üzerinde ustalaşmışlardır. Bu konular; desen ve fotoğraf alanlarıdır. Sanatçıların hepsi bilgisayarları üzerinde çalıştıkları projelerini tamamlama araçları olarak görmektedirler. Mac bilgisayarlarının ortaya çıktığı 1980’li yıllarda, bu yaratım süreci, özellikle de yeni kuşağın tipografi alanında daha bilinçli, yetkin ve yeni uygulamalara açık bir biçimde gelişmeler sağlamıştır. Bu genç nesil, ister punk ister başka müzik türleri olsun isterse bambaşka bir alanda çalışıyor olsun kendilerini ifade etme alanı bulmuşlardır. Büyük şirketler, yeni kuşak tasarımcıları himayesine almaya başlamışlardır.

“Makine, bir aygıtlar sistemi olarak bir iletişim dinamiği içerir; bu da sürekli değişim anlamına gelir. Ancak bu iletişim dinamiğinin iyi denetlenebilmesi gerekir. Bu denetimi ise sistemin öznesi olan insan sağlayacaktır”(Tunalı 34). Makineleşmenin tek taraflı bir gelişim sağlayacağını düşünmek yanlış olabilir. Makineyi kullanacak olan grafik tasarımcıların beceri ve yeteneğe de bağlı olduğunu unutmamak gerekir.

Bu dönemde 10 yıldan kısa bir sürede inanılmaz hızlı bir ilerleme kaydedilmiştir. “Yeni teknoloji ve araç-gereçler tasarımcıları daha da kendine yetebilir hale getirmiş, onların kültürel ve küresel sınırların ötesine geçme yetilerini de artırmıştır”(Ambrose; Billson 110).

Küreselleşme sürecinde yerel değerler başlangıç noktası olmuştur. Daha sonra bu öncül perspektif küresel çapta tasarımların yapılmasını büyük ölçüde etkilemiştir.

Bu ilerleme sadece bilgisayarla tasarım yapmak için değil, baskı teknolojilerinde de uygulanarak devam etmiştir. Ofset baskının, foto kompozisyonun kusursuzlaştırılması, 1960’ta Letraset’in bulunuşu, bütün bunlar grafik tasarımda köklü değişimlere yol açan hususlar olarak tanımlanabilir. Sonrasında yaratım aracı olarak bilgisayarın bulunması ve kullanılması gerçek bir devrim niteliğindedir. (Weill 118)

Grafik tasarım çalışmalarının kapsamı oldukça geniştir. Yani, sadece basılı malzemeler ile sınırlı değildir. Film ile perdede gösterilen, video ve diğer manyetik kaydedicilerle, ekranlara, yansıtıcılara gönderilen ve son olarak son çeyrekte hayatın içine giren bilgisayarlarla üretilen bütün görsel ürünler grafik tasarımın alanına girmektedir.

Grafik Tasarım bir çok alanda sosyal ve toplumsal sorunları çözümlemede imkan sağlamaktadır. “İletişim, grafik tasarımın öncelikli unsurlardan biridir. Aslında grafik tasarımı bu denli ilginç, önemli, dinamik ve çağdaş kılan da, iletişime yönelik en etkin öğelerden biri olmasındandır” (Ketenci-Bilgili 279). İzleyici ile iletişime giren grafik tasarım, hazırlanan fikirleri çarpıcı ve hızlı bir biçimde iletilmesi gereken mesajlar olarak değerlendirir. Hedef olarak seçilen konularda, mesajı süratla iletmesi, ilginç olması ve akılda kalıcılığını da arttırdığı söylenebilir. “Kişisel markalama bile günümüzde mesleki başarı için temel teşkil eder. Markalamanın her yerde olması nedeniyle, grafik tasarımcılar görsel bir kimlik yaratmanın ötesine geçip bir değer

vaadi tasarlamaktadır”(Mozota 21). Böylece izleyiciliğin akıllarında kalıcılığını arttırmak için görsel yönden kuvvetli ve yanlış anlamaya izin vermeyecek düzeyde direk bağlantı kuran bir iletişim alanıdır. Bir anlamda, grafik tasarım düşünce ve mesajları kayıt altına almaktadır. Bu suretle kullanılan yazılar, fotoğraflar ve imgeler bu sistemin önemli birer parçalarıdır. “Öncelikle fotoğrafın grafik tasarımda kullanılmaya başlaması ile birlikte, fotoğraf üzerinde yapılan değişiklikler, mesaj oluşturma ve aktarımında çok önemli bir yere sahip olmaktadır”(Atiker 39).

Belirli bir kitleyi etkilemeyi hedefleyen grafik tasarım; bir kurumun bütün iletişim araçlarının tasarımlarını kapsamaktadır. Kurumların, renk seçimleri, logoları, tipografisi ve antetli kağıtlarına kadar uzanan geniş bir çerçevede ele alınarak tasarımlar yapılmaktadır.

Bir kurumun ilişki içinde bulunduğu müşteri grupları, ajanslar ve holding gibi sistemlerde görsel iletişimde kolaylık sağlayarak, kurum ve kuruluşların müşteriler tarafından tanınmasını, belirli bir estetik düzeyde yapılan işlerle rakip kurumlardan farklı olunmasını sağlan işler üretilmesi grafik tasarımın amaçlarından biri haline gelmiştir. “Görsel kültür üreticileri ve pazar arasında, şimdiye kadar ele alınan ilişkilerde, üreticinin yaratıcı işlevi yerine getiriyor olduğunu görmek mümkündür. Sanatsal ürün piyasasında almakta ya da almamakta özgür olduğu bir fikir, resim, heykel ya da tasarımla ortaya çıkan, hep üretici olmuştur”(Barnard 130). Grafik tasarımın ulaştığı sonuçlardan biri de üretici pozisyonunun sürekli olmasıdır. Küresel ekonominin çalışılan bir alan olması dolayısıyla, bir markayı veya ürünü yeni kültür çarklarına uyarlamaları gerekmektedir. “Kültürleri görünür kılan çeşitli görsel işaretler ve çok yönlü olarak kullanılan görsel araçlardır. Kendini fiziksel olarak göstermeyen ya da temsil etmeyen bir kültür, bir bakıma, anlamsızdır. Her kültür biçimi, bir takım araçlar kullanmak durumundadır“ (Barnard 138). Kültürler arası bir iletişim kanalı da olan grafik tasarım, geçmişten günümüze izleyicinin algısına hitap ederken görsel ve estetik kaygılarını içeren özgün bir dil kullanmaktadır. Bu yaklaşımı benimserken hitap ettiği kültürün inceliklerine uygun bir yol çizmektedir.

Tevfik Fikret Uçar, algılama ölçütlerini şu şekilde sıralamaktadır; görsel algılamada en önemli noktalardan biri olan duyuların örgütlenmesi süreci, diğer bir deyişle anlamlandırma bireyin çok farklı özellik ve durumlarına göre anlam kazanır; bu anlamlar şöyle sıralanabilir (60);

- Sosyo-kültürel durumuna,
- Zekasına,
- Eğitimine,
- Edinilmiş deneylere,
- Estetik değerlere ve içinde bulunduğu toplumun değerleri ile doğrudan bir ilişkiye sahiptir.

Asıl görevi insanlığa sanatsal ve tasarım odaklı hizmetler vermek olan grafik tasarım, sonuç her ne olursa olsun bildirisini vermek üzerine çalışan bir alandır. “Bir mesajın açık, ekonomik ve estetik bir yolla iletilmesi, grafik iletişimin başlıca amacı ve kriteridir”(Becer 28). Hayalgücünden beslenen grafik tasarım, yaratıcı düşünce ve buluşçu niteliğe sahip sürekli yenileşen dinamik yapısıyla devamlılık göstermektedir.

Mozota kitabında; Grafik tasarım moda gibidir. Bugün, logosu olmayan şirket kaldı mı? Şehirler, bölgeler, sosyal değerleri koruyan dernekler, televizyon kanalları, hiç bir şey “logo tutkusu” ndan kurtulamamaktadır demiştir (Mozota 30). Bu yorumuyla tasarımın gücünü de vurgulamıştır.

Grafik tasarım; bir şehri, şirketi ifade gücüne sahiptir. Bu gücünü görselliğin çeşitli alanlardaki etkisinden almaktadır. “Görselliğin medyaların gücüyle birleşmesiyle birlikte, yeni bir kültür ve yeni anlamlar oluşmuştur”(Batı 35). Bu anlamları oluştururken zincirleme bir etkileşim meydana gelir. “Grafik tasarım, tasarımcı için bir iletişim aracı, sonsuz keşfetme, öğrenme ve çalışma sürecidir; toplum için ise bireylerin bilgiyi daha kolay kavramasını sağlar. Azimli ve amaca yöneliktir. Ayrıca insanları bir araya getirme olanağı da vardır”(Twemblow 33). Bu açıdan bakıldığında grafik tasarımın giderek artan teknik ve sanatsal özelliği, film afişlerinin hazırlanmasında ve tasarım kompozisyonlarının oluşturularak görsel ileti ya da başka deyişle görsel dilin daha etkili bir şekilde iletişimi kolaylaştırmaktadır.

2.2. Afişin Tanımı

Afiş kelime olarak Fransızca “affiche”den dilimize entegre edilmiştir. Günlük yaşantıda karşılaşılan çok sayıda ürün reklamı, güncel sinema tiyatro ilanlarının sokaklarda bulunmasını sağlayan ve geniş kitlelere bildirim yapan afişler iletişimde etkin rol oynamaktadır.

Türk Dil Kurumu afişi; “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, ası.” olarak tanımlar.

Afiş, en geniş anlamıyla bir kitle iletişim aracıdır. Eski çağlardan günümüze kadar gelişen teknoloji ile birlikte insanların kullandıkları iletişim ve kitle iletişim araçları da gelişmektedir. Modern kent yaşamı öncesi dönemlerde, tellallar, ellerinde davullarla, geniş kitlelere duyuruda bulunmuşlar; böylece bugünün kitle iletişim yöntemlerine öncülük yapmışlardır. Afiş, bu yöntemlerden önce hem geniş kitleye ulaşmada, uzun süreli duyuru yapmada ve iletiyi hızla yaymada çok daha etkili bir olmuştur (Uluğkay 5).

Afiş, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu, konusunu toplumsal yapı içinde yer alan gereksinimlere uygun olarak sosyal, politik, ticari, kültürel ve benzerlerinden alan bir şeyi duyurmak ve tanıtmak için hazırlanan çoğu resimli duvar ilanlarıdır. Bir ürün ya da bir olayın varlığı konusunda halkı bilgilendirme amacıyla duvarlara asılan, yapılandırılan, resimli yazı ve ilanlara afiş denir.

Afiş, estetik düzeyde biraraya getirilen görsellerin bir amaçla kitlelere sunulması ve belirli bir nedensellik doğrultusunda çekici ve zengin adledilmesini sağlamak amacıyla çeşitli görsel efektler ya da yeni iletişim yöntemlerinin kullanılarak belirli bir reklamın oluşturulmasını sağlayan duvar ilanıdır. Üzerinde 100’den fazla dil ve 5000 dolaylarında diyalektin kullanıldığı bir dünyada, görsel iletişim belki de en hızlı ve kolay iletişim biçimidir.

Platon imgede yanılmalı bir gerçeklik görmektedir, zira imge sadece şeyin yerine geçerek onu temsil eder. Temsil etmek, aslında verili bir gerçekliğin simülakrını üretmektir; gerçekte orada olmayan bir şeye gönderme yapmaktır; göndergenin gerçek veya kurgusal olması bu durumu değiştirmez (Fargo 10).

Nikbay ilk afiş örnekleri hakkında şu bilgilere haizdir;

Afişin ilk örnekleri hakkında şu bilgilere ulaşılabilmektedir; Roma İmparatorluğu'nda Gladyatör savaşları ve ve sirk oyunları gibi gösteriler tahtadan yapılmış levhalara yazılır ve Roma sokaklarında duvarlara asılarak halka duyurulurdu. Bunlar afişin Roma dönemi örnekleri olarak sayılabilir. Bugünkü anlamda ilk afiş, Fransa'nın başkenti Paris'te Notre Dame'de Saint Flour Psikoposluğuna bağlı kilisenin kapılarından yardım toplama izni ile ilgilidir. Gerçekçi yani bugünkü anlamda afişin kökeni, matbaa sistemlerinin bulunmasından, yani basılı üretimin başlamasından sonrasına rastlar. XV. Yüzyıla kadar duvarlara asılmış bir kağıttan başka bir şey olmayan afişler, Guttenberg'in matbaa sistemini bulmasıyla gerçek kimliğine kavuştu. Böylece grafik sanatların, dolayısıyla afiş tasarımının amaçlarından biri olan basılıp çoğalma yöntemi ile daha geniş kitlelere ulaşma olanağı buldu. (24)

Afiş, demorokratik bir iletişim kanalıdır. Yakın plandan başlamak üzere daha uzak plana doğru giden bir perspektif dahilinde sanatçıya çok zengin mizanpaj alanları sunar. Görsel iletişimin önemli alanlardan biridir. Grafik sanatçısının tasarımıyla kitlelere pazarlama ya da bildiri sunar. Bilginin netliği, içeriği son derece önemlidir.

Sadece ekonomik anlamda değil, afişler aynı zamanda görsel kültüre yaptığı katkılarla önemini korumakta ve bunu ortaya koyduğu sanatsal ürünlerle açıkça sergilemektedir. Bir afişte verilmek istenen duygu, düşünce ya da görsel şölen yerel ya da global kültürün birer yansımasıdır. Dünden bugüne film afişlerinin yeri ve önemi de gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Afişlerin kitle üzerinde çağrışımlar ve göstergeler ya da belleklere kazınmış pek çok olguyu da ortaya çıkarabildiği gibi aynı zamanda görsel hafızada yer edinmiş renk ve değerler bütünüyle inceden inceye etki yaratabilir. Kitle iletişim aracı olarak afiş, belirli yönelimleri de sağlamaktadır.

“Afişin etkinliği onun çok kullanışlı olmasından kaynaklanmaktadır. Afiş özellikle yaşamın her alanında olduğu kadar kamusal alanda da kendini açıkça gösterir. Çünkü hayatın içinde ve ‘özel’ alanda televizyonun hakimiyeti söz konusudur. Her ne kadar gazetelerdeki basın ilanları ile afişler evlere girse de artık günümüzde afişler televizyonlar kadar etkileme gücüne sahip değildir” (Çitci 30). Göstergeler ve

bilinçaltında beğeni duygusu yaratan renklerin önemi oldukça yüksektir. Afişler, zamanın akışının belgeleridir, sosyal, siyasal ve ekonomik gelişimi yansıtırlar.

Afişin ortaya çıkışı 15. Yüzyılın ortalarına kadar uzanmaktadır. İlk afişin ortaya çıktığı dönem içinde çeşitli çeşitli akımlar dahilinde gelişmiştir. “Afişin gelişimi 19. yüzyılda önem kazanmıştır. Önce yazı ile resim ve taş baskısı ile bir araya gelmiştir. Daha sonra da renkli taş baskı ile bunlar renklendi ve çoğaltılabildi” (Reklam Afişi, 2007).

Gelişim sürecinde ortak görüş olarak algılanan afiş anlayışı 1860’lı yıllarıda Fransa’da ortaya çıkmıştır. “Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir. Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Stil gibi modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur”(Becer 201).

Grafik ürünler; tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu bir mesajı iletim ve ya bir ürünü tanıtım amacıyla hazırlanarak hemen her yerde her an ortaya konulabilen ürünlerdir. Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Stil gibi modern Sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur. Herhangi bir reklam niteliğinde temel olan koşul doğru hedef kitesine doğru zamanda seslenebilmektir. Afiş, doğuşundan günümüze kadar geçen süre içinde ayrı bir anlatım dili olarak ortaya çıkmıştır. (Karakurt 1)

Mengü Ertel afişi şu şekilde tanımlamaktadır. “Herşeyden önce geniş kitlelere görsel yöntemlerle hitap eden etkili bir haberleşme aracı olarak tanımlıyorum. Çoğalma ve yayılma gibi sonsuz olanaklar taşıyan bir silah da diyebiliriz. Afiş dikkatinizi çektiği anda sizinle özel bir ilişki kurmuş ve böylece işlevini yerine getirmiş olur. Gücü de buradan doğar. Sadık Karamustafa’ya göre afiş güzelliğin taşa, betona meydan okumasıdır.“ Duvarların yakışığı sayarım rengarenk kağıtları. Afişlerin sanat galerisidir sokaklar. Bir grafiker için kentin duvarlarını afişleriyle bezenmiş olarak görmekten daha büyük bir keyif olamaz. Afiş hep duvarda güzeldir, yeşerip boy attığı, işlevini yerine getirdiği yerde... (Özmutlu 46)

Yorumlardan da anlaşılmaktadır ki; afişin haberleşme aracı ve kitlelere mesaj iletme görevi olduğu açıktır. “Çoğunlukla tasarımcıya verilen özgürlüğün derecesi ile eş tutulan, kurum tarafından alınan riskin düzeyine bağlı olarak farklılık gösterir” (Mozota 30). Tasarımlarda özgür irade ve yaratıcılık en önemli özellikleridir. Makineleşme ve teknoloji ışığında gelişen ve yenileşen afiş tasarımları her geçen gün daha çok yenileğe ve beğeniye kapılarını açmaktadır. Afişler, hem belli bir konuda belge değerindedir hem de renkli düzen ve istifileriyle estetik değer taşır.

2.3. Afiş Tasarımı

2.3.1. İmge

“İmgeler gösterge olduklarında, sadece dolaylı araçlar olarak hizmet edebilirler, çünkü işlevleri sadece yerlerine geçtikleri şeylere gönderme yapmaktadır”(Arnheim 159). Aslında imgeler gizli birer mesaj taşırlar. İmgeler, görme olayının önemli kozlarıdır. İmge, görme biçimlerinin yansıtıldığı bir alandır.

İzleyici çekme amacı olan film afişlerinde imgelerin kolay algılanabilir olması, yalınlığı ve dikkat çekiciliği büyük önem taşımaktadır. Böylece film afişinin diğer unsurlarıyla birlikte açık ve anlaşılabilirliği imgelerin gücüne bağlıdır. Film afişlerinin başlangıcından itibaren imgeler düzenli olarak kullanılmaktadır.

İngiltere’de Neville Brody, Vaughan Oliver ve Terry Jones gibi tasarımcılar da kendi yolculuklarına olası postmodern deneyimlere dayalı bireyselliği tasarlayarak başladılar. İmgelerin ve yazının sayfa düzeni içerisinde nasıl görev aldığını anlamak grafik tasarım eğitiminin temelini oluşturur. Yerleşimin kompoze edilme biçimiyle metne değer katabilir, metnin algılanışı ve tutumu geliştirilebilir. Bu metnin okunmasını, görülmesini ve hatta algılanmasını bile etkileyebilir“(Ambrose, Billson 132).

İmgelerle iletişimin, doğru ya da yanlış iletişimin, dolaylamanın ve de zekanın odaklarının imgelere göndermeler bulunmadan, anlamın ve mesajların toplumsal inşasında söz edilebilir düzeydedir. Asıl mesele, görünürde fenomen bir imgenin olup olmadığı değil, her bir tikel durum için hangi işletilmek istenen aracın nasıl iş göreceği. Odaklanmak istenen nedir? Odak noktası nerede olmalıdır? İzleyiciyi analiz edebilecek boyuta getirilmeye çalışılması ve

imgenin yaratımında zengin ve çekici yöntemlerin kullanılmasıdır. Bir imge bir izleyici bulduğu andan itibaren, “nesne” ana odak noktası olmaktan çıkar. Ve böylece izleyiciler şu döngünün içinde yer alır; görme, maddilik, anlama ve hissetmedir (Burnett 53).

Afişlerde kullanılan imgeler, dikkat çekmenin ve çabuk algılanır olmanın yanı sıra kullanımı net, belirgin ve anlaşılır düzeyde kullanımı gerçekleştirilmektedir.

İmgeler, insanların cisimleşme/bedenlilik anlayışlarını dayandırdığı en temel zeminlerden biridir aynı zamanda. Hiçbir zaman içerikleriyle sınırlanamamalarının sebebi budur. Bunun yarattığı aşırılık, insanların imgelerle, onların kendi kimliklerine ve duygularına dahil ederken yaptığı şeylerin doğrudan bir sonucudur. İmgeler insanlarla konuşur, çünkü görmek bedeninin hem içinde hem dışında olmak demektir (Burnett 53).

Böyle bir durumda imgelerin insanlarla kurduğu güçlü bağ yadsınamaz. İnsanların imgelerle kurdukları yakınlık, derin etkilerin meydana gelmesiyle kalıcı etki bırakmaktadır.

“Birden çok öznel imge vardır. Bu durumda önce tamamıyla zihinsel bir imge şeklinde sunulanlar vardır, örneğin düşleyen rüya gören, korku, şiddet, dilek, umut gibi duygulara boyun eğen kahramanın belleğinde canlandırdığı kısaca bizzat gözleriyle tanık olmadığı görüntüler gibidir”(Metz 37).

“Sonuçta, toplumsal anlamlandırma pratiğinde imgeler temsili bir değere sahiptir. İmgeler, burada bir çeşit “yeniden sunum”dur. Bu yeniden sunum, kendimiz ve yakın çevremiz (deneyimlerimiz) hakkındaki bilinçli ve bilinçdışı durumlardan kaynaklanır “(Batı 54). İmgeler, içinde bulunan dönemi, kültürel özellikleri ve zamanı da dikkate alarak mesajın aktarılmasında önemli rol üstlenirler.

Sanatsal imgenin temel bir özgülüğü, daha önce Bielinski'nin de ünlü bir formülle belirtmiş olduğu gibi, belirleniminin bireysel olmasıdır; sanatçı, bilim adamından farklı olarak, gerçekliği mantıksal tasımlarla değil, canlı tablolarla tasavvur eder. Sanat, insanı her zaman somut olgularla, olaylarla ve duygularla karşı karşıya getirir. Her imge ya gerçek olayların somut tasarımı olarak, ya

insanın manevi yaşamındaki olayların kesin anlatımı olarak ya da her ikisinin girişik biçimleri olarak kendini gösterir (Ziss 66).

Hayattan bir parça olarak karşılaşılan imgeler, afişlerde hem duygusal devinimler hem de rasyonel devinimleri gerçekleştirmek ve düşünce frekanslarını hareketlendirerek iletilmek istenen bilginin aktarım gücünü hızlandırmaktadır.

İzleyici ve imge arasındaki bağlantının etkisinin geçmişle ilintili olduğu varsayılabilir. Geçmişteki bir olayla bağlantı kurulmasıyla izleyicinin nostalji yapması sağlanmaktadır.

İzleyiciler imgelerin konumundan görüyor olabilirler mi? Fotoğrafi itimat edebilecekleri bir şeye dönüştürmek için kendilerini de fotoğrafın içine yerleştirmeleri gerekmez mi? Aynı anda hem tanık hem de katılımcı değiller mi? Zevk aldıkları şey Jane'in hem orada olmadığını, hem de bu kadar kuvvetli bir biçimde orada olduğunu bilmeleri mi? İmgeyi etkisi altına alan ve öyle hemen hatıralara bağlanamayacak bir dizi duyguyu yaratan derin nostalji hissinin kökeni bu değil mi? (Burnett 52).

İmgeler film afişlerindeki mesajın geçmişten geleceğe taşınmasında bir köprü görevi görürler. Kültürel özellikleri de içlerinde barındırdıkların afişin ait olduğu coğrafi ve kültürel özellikler bakımından izleyiciye bilgi verirler. Küreselleşme sürecinde birçok kültürel imge film afişlerinde harmonize olarak daha ortak bir anlam ve yapı kazanmaktadır. “İmgeler görünme olasılığı yüksek simgelerden söz edildiğinde aslında güçlü yazınsal anlamlardan, yani büyük ölçüde yananamlı ve tamamiyle güdümlenmiş karmaşık oluşumlara giden inanılmaz sayıdaki gösterge bilimsel olgular kategorisinden söz edildiğini kabul etmek gerekir” (Metz 137).

“Sanat üzerinden kurgusal gerçeklikler yaratma sürecinde, çeşitli imajlar üretim çabası karşılaşılan gerçekliğin açık yüzü karşısında gecikmiş ve bazen hüzünlü bir tavıra denk düşen izlenimler yaratır” (Arslan 36). İmgeler, tek bir nesneyle çok fazla anlam ifade edebilirler ve bunu çok etkileyici bir şekilde yapabilirler. Bu özelliği imgeleri hayal ve gerçek arasında, düşünce ve hareket arasında bırakır.

Sözgelimi eğer sanatçı, kahraman anlayışını açıklamak isterse, kahramanlık kavramını çözümlenmeye, mantıksal usavurma yoluyla özünü açıklığa

kavuşturmayaya asla girişmez; Askyhilleous'u ya da insanların mutluluğu yolunda tanrılardan ateşi çalan Prometheus'u bize gösterir; Michelangelo'nun yaptığı gibi taşın içinden David'i yontar çıkarır; böylece, Rönesans hümanistlerinin sanatsal ve yaşamsal idealini dile getirir. Furmanov'un, aynı adı taşıyan romanındaki Çapayef; N. Ostrovski'nin Ve Çeliğe Su Verildi romanının kahramanı Korçagin; Tvardovski'nin ünlü şiirindeki öncü kahraman Tiorkin gibi kanlı canlı ve somut karakterleri yaratır (Ziss 66).

Soyuttan somuta yapılan gerçeğe dönüştürme durumu imgelerin gerçekleştirdikleri en önemli husustur. Her zaman bu gerçekleşme süreci belirli bir mantık üzerine kurulmamaktadır. Hümanist bir yaklaşımla idealize edilme yöntemi de kullanılmaktadır.

2.3.2. Renk

Renklerin insanların psikolojik durumlarına etkileri bugüne kadar çokça araştırmaların baş konularından biri olmuştur. Yalnız, bireysel değil aynı zamanda toplumun kültürel altyapı kodlarında farklı anlamlara geldiği de açıktır. Böylelikle, renklerin sadece kişisel algıdan öte kitle üzerinde etkileri yadsınamaz.

Uçar kitabında renkleri bir tasarım elemanı olarak ele alır ve şu şekilde kaleme almıştır; “Renk fiziksel bir oluşumdur ve ışık ile birlikte var olur. Önemli bir tasarım ögesi olduğu gibi, aynı zamanda sembolik bir değeri de vardır. Tek başına renk mesaj verebilir, davranışları yönlendirebilir, insan fizyolojisi üzerinde etkiye sahiptir”(45).

Grafik sanatlar; görüntü ögesi, tipografi ve kompozisyonla uğraşırken bir diğer yandan da renklerin etkileriyle ilgilenmektedir. Bir tasarım ögesi olan renkler, belirli renk ve tonlarının psikolojik etkilerinin bilinmesi, tasarım sürecinde reklam afişleri ve sinema afişlerinde olumlu yönde izleyiciyi etkilemektedir.

Ketenci ve Bilgili kitaplarında renklerin psikolojik etkilerini şu şekilde yazmışlardır;

Günlük yaşantıda çokça karşılaşılan ve insanları yönlendiren olgulardan biri sıcak ve soğuk renklerdir. Ateş ve güneş ışığı-kırmızı, sarı ve turuncu sıcak renklerdir. Derin ormanların gölgeleri ve suyun sakinliği mavi, menekşe rengi ve yeşil soğuk

renklerdir. Gece durgunluk, gündüz açıklık ve umut, koyu mavi sakinlik, açık sarı umut ve etkinliktir. (97)

Renklerin kullanımları açısından önemleri şu şekilde sıralanmaktadır;

- * Markanın fark edilme ve tanınmasını sağlar,
- * İlgi ve dikkat çekiciliği artırır,
- * Karakter kazandırır,
- * İkna gücünü destekler,
- * Göze güzel ve hoş gözükmelerini sağlamaktadır.

2.3.3.Renklerin Farklı Kültürlerdeki Anlamları

Renklerin ve şekillerin karışmasıyla imge giderek stilize hale geliyor. Yeni öğelerin eklenmesine karşın fotoğrafı ya da yaratılan görselin betimlemekte kullanılan dil, söylenmek istenenle fotoğrafın ya da görselin taşıması istenilen anlam arasındaki ilişki doğallaştırılma eğilimindedir.

Bir sinema afişi tasarlanırken renklerin yerleştirme açılarının izleyicide uyandıracığı psikolojik etki göz önünde bulundurulmalıdır. Yatay kullanılan renkler sükunet, dikey kullanılan renkler saldırganlık, çapraz ya da diyagonal kullanılan renkler ise izleyicide hareket hissini uyandırır. Afişlerde kullanılan biçim, şekil, renk ve doku izleyici üzerinde psikolojik bir etkiye sahiptir. (Doğan 79)

Kırmızı ve Tonları; Çin’de Köprülerinin rengi, iyi şans, kutlama, çağırma, Çerokiler’de ise; zafer ve başarı olarak, Güney Afrika’da yas ve matem rengi, Batılı Toplumlar’da ise tam tersi Heyecan, sevgi, aşk, tutku, durmak, Musevilik’de bambaşka bir şekilde fedakarlık ve günah, Japonya’da hayat ve Hristiyanlık’ta fedakarlık, tutku ve sevgi olarak ilişkilendirilmektedir.

Mavi ve Tonları; Avrupa ülkeleri’nde teskin edici, düğünlerde geline “Mavi bir şey” verme geleneği vardır. Çerokiler’de mağlup etmek , bela ile ilintilendirilmete, İran’da durum daha farklı; yas, cennetin ve maneviyatın rengi, Çin’de ise ölümsüzlük, Hinduizm’de Krishna’nın rengi’dir. Musevilik’de kutsallık/kutsiyet,

Hristiyanlık'da İsa'nın rengi, Orta Doğu'ysa korunma, Dünya Genelinde: "Güvenli" renk'tir.

Sarı ve Tonları; Avrupa Ülkeleri'nde mutluluk, umut, keyif, korkaklık, tehlike, kuvvetsizlik, Asya'da görkemli, kutsal, Çin'de asalet ve besleyici, Mısır'da yas, Japonya'da cesaret, Hindistan'da tüccarlar, Budizm'de bilgelikle ilişkilendirilmektedir.

Yeşil ve Tonları; Çin'de sağlık, refah ve uyum, Japonya'da hayat, İrlanda ise tüm ülkenin sembolü, ABD'de para, Batılı toplumlar'da bahar, yeni doğum, gitmek, Saint Patrick Günü, Noel (Kırmızı ile birlikte)

Beyaz ve Tonları; Avrupa Ülkeleri'nde evlilik, melekler, doktorlar, hastaneler, barış, Japonya'da matem ve beyaz karanfilde ölümü temsil eder. Çin'de matem, ölüm, Hindistan'da mutsuzluk, Doğulu Toplumlar'da cenaze.

Siyah ve Tonları; Avrupa ülkeleri'nde yas, cenaze, ölüm, başkaldırı, soğukkanlılık, dinlendiricilik, Çin'de tarafsız renk, Tayland'da kötü şans, kötülük, mutsuzluk, Musevilik'de mutsuzluk, kötü şans, kötülük, Avustralyalı Aborjinler'de halkın rengi, törenlerde sürülen boya" (Batı 56).

2.3.4. Yazı

Grafik tasarımın en önemli öğelerinden biri de yazıdır. İletişim kurmayı kolaylaştıran bir kanal olan yazı, grafik tasarımda görsel bir malzeme aynı zamanda temel bir unsurdur.

Okunurluk afiş tasarımlarımda en önemli konulardan biridir. Okunurluğu sağlayan belirli kurallar vardır. Bunlar; "tırnaklı yazıların (harfler arasında oluşturduğu boşluk ve uzamsal gerilimden dolayı) tırnaksız olanlara göre daha okunur bir boşluk düzeni oluşturduğu göz önünde bulundurulabilir. Düz metin dizgilerde tırnaksız metin daha yüksek okunurluk sağlar. (Sarıkavak, Çağdaş Tipografinin Temelleri 66)

Film adı afişte yer alan en önemli yazılı bilgidir. Film adı, filmin en kısa ifadesi ve en kısa tanıtım aracıdır; aynı zamanda filmin konusu ve türüyle ilgili bilgi vermektedir. Bu nedenle film adı en önemli yazılı bilgidir ve diğer yazılı bilgilere

göre daha büyük puntolarla yazılmalıdır. Film afişlerinde yer alan diğer yazılı bilgiler ise artistlerin adları, yönetmenin adı, gerekiyorsa senarist, eser sahibi, görüntü yönetmeni, müzisyen, kameramanın adlarıdır. Bu bize afişlerdeki tipografik yerleşimin varolan hiyerarşinin bir sonucu olduğunu göstermektedir. Film afişlerinde filmi öven, diğerlerinden farkını belirten slogan ya da bilgiler yer almaz.

Sembol ve işaretlerle süslenmiş bir yazı; haberler, reklam afişleri ve sinema afişleri gibi pek çok alanda destekleyici olarak kullanılmaktadır. “Günümüzün en etkin iletişim araçlarından gazete, dergi ve benzeri basılı materyallerin okumaya başlamadan önce ilk olarak, kısa sürede olsa görsel malzemelerine bakarız, sonra okumaya başlarız. Bir kitabı okumaya başlamadan önce ilk olarak kapağına ve arka kapağına göz gezdiririz” (Ketenci 267).

“Yazı ve ses arasındaki ayrım, bugün, yazı ve yazı arasındaki ayrıma dönüşmekte. Bu ayrım Platon’dan beri süren gelenekte hep söz konusu edildi. Bugün konuşmaların sesleri ve yazılmaları arasındaki ayrım, özellikle Derrida’nın dekonstrüksiyon kavramı sonrasında, yavaş yavaş yok olmaya yüz tutmaktadır” (Akay 7).

Mesaj alışverişin sağlandığı, kısa ömürlü bu etki sisteminde afişin içinde yazıların dikkat çekiciliği önemli bir niteliktir. Hem izleyici için tekrar baktırması sağlanmalı, unutulmamalı, hem de çabuk kavranabilir olmalıdır.

Günlük hayatta yazı, iletişim sürecinde etkin olarak kullanılan bir öğedir. Gazete ve kitapların içeriklerine, harf olarak adlandırılan bu işaretlerin çözümlemesiyle ulaşılır. Ancak bunun yanı sıra pek çok simge şekil ve işaret de davranışlar insanlara yön verir, mesaj alışverişi ve karar verme sürecinde önemli, aynı zamanda kalıcı bir etkiye sahiptir.

Sembol ve işaretler yardımıyla gerçekleşen iletişimi, yazıyla iletişimle karşılaştırıldığında belirgin farklılıklara rastlanır. Sembollerle iletişimin yazıdan en belirgin farkı (Uçar 21);

- Akılda kalıcılığı,
- Kolay öğrenilebilirliği,
- Hızlı anlamlandırılabilmesi,
- Evrensel anlam ve algı boyutlarına sahip olmasıdır.

“Yazı ve görüntünün veya ikisinin bileşiminden elde edilen çıkarımda “ifade edilmek istenen”, “söylenen”den daha önemlidir. Göndericinin (sesin), iletiyi alıcıya (dinleyiciye) aktarmasıyla anlamın “içerik” haline dönüştüğü süreç olan “iletme” işlemine karşılık verilir”(Ambrose; Billson 110-111).

Bu açıdan değerlendirildiğinde yazının gelişimine paralel olarak film afişlerinde resim, fotoğraf ve yazının birlikte entegre olup kaynaşması ve belli hedef kitlesine erişiminde önemli ölçüde başarı elde eden marka filmlerin tanımlayan, anlatan ve tamamlayan bir unsur halini almaktadır. Dolayısıyla hem simgenin hem de sinematografik dilsel göstergenin paralel bir hareketle aynı hedef doğrultusunda paylaşılan ve aktarılan mesajlarla ilerlediği söylenebilir. Tüm film afiş görselinde tercih edilen farklı renk tasarım kalitesi yazıyla beraber hazırlanan filmin bir anlamda prestiji ve şıklığını temsil ederken onun seyirciye ulaştırılmasında ve filmin endüstri içindeki konumlanmasında önemli bir göstergiyi temsil etmektedir.

3. SİNEMADA AFİŞ

3.1. Afiş Sanatının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

1798’de Alois Senefelder’in taşbaskı tekniğini buluşundan sonra geliştirilen renkli taşbaskı teknikleri, afişin sanatsal bir yapı kazanmasında önemli rol oynamıştır.

Afişin asıl üretim sürecinin 15. yüzyılda yaşandığı söylenmektedir. Bu üretimlerin nedenleri çeşitli bilgi ve haberleri yol üstünden geçen halka iletmek amacı ile üretildiğinden bahsedilmektedir. Ve 1500’lü yıllarda afiş yavaşça tellalların elinden bildirmek görevini ellerinden almıştır.

“Basımın gelişmesiyle beraber aynı hız grafik alanında da kendini gösterir. 1796’da Senefelder tarafından bulunup Engemann tarafından geliştirilen litografi yıldan yıla daha da ilerler: Resimlerin büyük boyutlarda üretilmesini kolaylaştırır”(Weill 12).

Grafik tasarımın doğuşu sokaklardaki ilginin artması ve 1881 yılında Fransa’da çıkan basın özgürlüğüyle meydana gelmiştir. Sanayi devriminin çarklarının çalışmaya başlamasıyla grafik tasarıma önem verilmiş, daha çok sattırmak ve inandırıcılığı arttırmak için çalışmalar yapılmıştır.

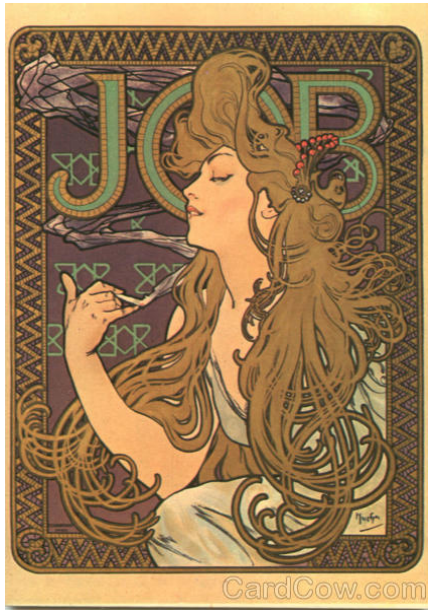
O dönemin afişleri, ahşap bloklar ya da metal üzerine kazıma tekniğiyle çok az renk ve desen kullanılarak yapılıyordu. Daha sonra Fransa’da Art Nouveau hareketinin öncüleri olan grafik sanatçıları Jules Cheret’in (1836-1933) ve Eugène Grasset (1841-1917) “üç taşlı litografi işlemi” bu alanda renklerini kullanarak gökkuşağının tüm tonlarına ulaşma imkanı buldular.(Merter 11)

Art Nouveau hareketi afiş yönünden yeniliklerin başlangıcını yapmıştır. Sokaklar birer sanat galerine dönüşmüştür. O dönemde afiş kavramı daha yeni olsa da, Art Nouveau hareketi renksiz el ilanlarındaki sadece tipografiye dayanan tarzdan kurtulmasını sağlamıştır. Çağdaş afiş tasarımının ilk temsilcileri; Jules Chéret ve Henri de Toulouse-Lautrec’dir. 20.yüzyılın önemli afiş tasarımcıları arasında; Alphonse Mucha, Cassandre, El Lissitzky, Laszlo Moholy-Nagy, Josef Müller-Brockmann, Herbert Matter, Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Saul Bass ve Milton Glaser’i saymak mümkündür. (Becer 201)

Modern afiş döneminin temellerini atan ve dönüm noktası yaratan Julés Cheret, mesleğine bir tiyatro afişiyle başlamıştır. Bu afişi 1867 yılında “Le Bicheau Bois” adlı tiyatro oyunu için yapmıştır. Sanatçı, Paris’in gece hayatını canlı, parlak renklerle izleyiciye aktarmıştır.



Resim 1: J.Cheret, 1892, Olimpia



Resim 2: Alphonse Mucha, 1898, Art Nouveau



Resim 3: Jules Chéret



Resim 4: T. Lautrec, Jane Avril, 1893



Resim 5: J. Chéret, 1866

Fransa'nın başkenti Paris, yeni bir sanat formu olan afiş tasarımının gelişmesiyle de gündemdedi. Alfons Mucha (1860 - 1939) ve Jules Chéret (1836-1932) bu yeni akımın öncüsü konumundaydı. Art Nouveau akımında, kadın figürleri, genellikle sembolistlerin popülerleştirdiği *femme fatale* özelliklerini taşıyordu ancak bu eserlerde kadınların uzun saçları artık gaffilleri tuzağa düşürmek için kullanılan silahlar değil, yalnızca birer dekoratif ayrıntı görevi üstleniyordu. (Farthing 347)

Diğer ünlü tasarımcı Toulouse Lautrec'tir. Lautrec, Chéret gibi Paris'in gece hayatıyla ilgilenmiş fakat Chéret'den farklı olarak gece hayatının başka bir yüzünü yansıtmıştır. Lautrec 'La Goule au Moulin Rouge' isim afişle çığır açmıştır. Lautrec resimlerinde;

“Bir portrenin, modeliyle tam bir benzerlik taşımakla kalmayıp, onun psikolojik özelliklerini de yansıtmayı isteniyorsa, modelin, fotoğraf objektifi karşısında poz veriyormuş gibi durmaması gerektiğini savunur”(Sérullaz 196). Romantik güzellik anlayışından ziyade derinlemesine insan manzaralarını irdelemiştir.



Resim 6: T.Lautrec 'La Goule au Moulin Rouge'

“Art Nouveau (Yeni Sanat), Avrupa ve Birleşik Devletler’de büyük bir ün kazanmış, çok yönlü, dekoratif bir üsluptur. Resimden mimariye, grafik sanatlardan tasarıma kadar sanatın her alanında etkili olmuştur. Üslubun temel özelliği kavisli ve çizgisel desenlerdir”(Farthing 346). 19. yüzyılda sanayi devriminin başlangıç süreciyle mekanik bir hayata başlanmış ve bu başlangıçla beraber baskı alanlarının gelişmesiyle yeni bir çağa adım atılmış, böylelikle yepyeni bir platform oluşarak yayıncılık ortaya çıkmıştır.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren doğa bilimleri pozitif ilkelere göre yeniden kurulurlar. Çağın model bilimi, kesin olarak bilinebilir doğa yasalarına ulaşması nedeniyle fiziktir. Böylelikle, mekanik yasalara göre işleyen yeni bir dünya tablosu ortaya çıkar. Pozitifleşme hareketi doğa bilimlerinin yanısıra felsefe ve sanatı da etkiler. Bu etkiyle, sözgelimi, o güne kadar egemen olmuş kurgusal, idealist düşünce yerine, olgulara ve nedenselliğe dayalı bir “bilimsel düşünce” ağırlık kazanır. Sanat alanında ise Empresyonizm egemen olur. Bu akıma göre, sanat anlık duyu izlenimlerine dayanır (Tunalı 30).

“İlk afişler, süslenmiş duyurular biçimindeydi. Dekoratif unsurlar, zamanla mesaj ileten imgelere dönüştü. İmgelere mesaj iletme işlevi yüklenince, sözcüklerin sayısı azalmaya başladı”(Becer 203). İmgenin ön plana çıkmasıyla tipografik ilerlemede duraklama olmuştur. Sonuç olarak, imge sözel kanalından ziyade daha önem kazanmaya başlamıştır. “Her ne kadar o dönemlerde afiş tasarımı yeni bir olgu sayılabilsede sadece tipografiye dayalı ve renksiz el ilanı biçimindeki eski afişlerden kurtulmayı sağlamıştır”(Çitci 40). Süsün sonuyla devam eden tarihsel afiş süreci savaş yıllarıyla devam etmektedir. Savaş yıllarında ortaya çıkan akımlar belirli bir misyonla afiş tasarımı yapmaktaydılar. Savaş karşıtı afişlerin yapılmasıyla afişlerin sadece sanat ve kültürel içerikli değil, bir karşı duruş sergileyebileceğini, mesaj kaynağı olabileceğinin de bir göstergesidir.

“20. yüzyılın başlarına gelindiğinde afiş, bir kitle iletişim aracı olarak, içinde bulunan tüketim çağının önemli bir parçası haline gelmiştir. Ancak 1. Dünya Savaşı’nın başlamasıyla tüketim ürünlerini tanıtmaya rolünü kenara bırakmak zorunda kalan afiş artık, orduya asker toplama misyonuna dönüşmüştü”(Özmutlu 52). Afişin

kitle iletişim aracı haline dönüştüğü açıktır. Bu dönemdeki afişlerin sanatsal bir değerden çok kitlelere ulaşma çabasının ağır bastığı söylenebilir. Bir diğer yandan savaş ortamı savaşla ilgili afişlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

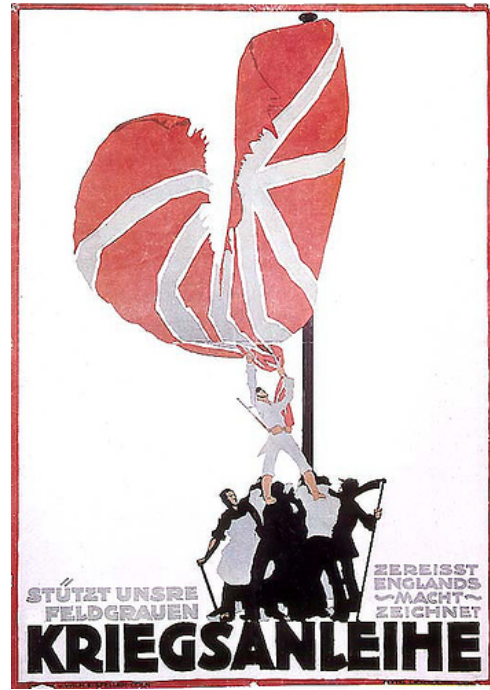
“I. Dünya Savaşından sonra, geleneksel, betimleyici natüralist anlayıştaki-illüstrasyon türünün, zamanın gerisinde kaldığını anlayan grafik tasarımcılar, makine çağı ve dönemin ileri görsel düşüncelerini ifade etmek üzere, görsel iletişime yeni anlatım biçimleri getirmişlerdi”(Sofi 85). Böylece bilimsel ve teknolojik güç birliğiyle anlatım biçimlerindeki ayırt edici mesajın daha rahat izleyiciye aktarımı konusunda hayli mesafe alınmış olmaktadır. “I. Dünya Savaşı’na tepki olarak çıkan Dadaizm hareketi ile kolaj ve fotomontaj teknikleri ise afiş tasarımına girer. Almanya’da fotoğrafçılık ve tipografinin gelişmesi ve ilerlemesi de afiş sanatına katkıda bulunur”(Doğan 227).



Resim 7: Afiş, Julis Klinger



Resim 8: Afiş, Lucian Bernhard



Resim 9: Afiş, Otto Lehmann



Resim 10: Alfred Leete



Resim 11: J. Montgomery Flagg, Sam Amca

1. Dünya Savaşı sırasında yaygınlaşmaya başlayan afişler 2. Dünya Savaşı sırasında bu yaygınlığını sürdürememiş ve afiş sanatı sekteye uğramıştır. Bunun nedenleri arasında radyo ve televizyonun kitlelere ulaşılabilirliğinin artmasıdır.

2. Dünya savaşının sona ermesiyle birlikte sağlanan barış ortamı teknolojinin hızlı ilerlemesini beraberinde getirmiş, genişleyen ulaşım olanakları toplumların ticari ve kültürel paylaşımlarının artmasına olanak sağlamıştır. Üretimin artması çeşitli sektörlerde tanıtım ihtiyacı doğurmuş, dolayısıyla afişe olan gereksinim önemli derece de artmıştır. (Özmutlu 53)

20. yüzyılda önemli afiş sanatçıları şu şekilde sıralayabiliriz; Josef Muller-Brockmann, Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Herbert Matter, Laszlo Moholy-Nagy, Milton Glaser, Saul Bass.



Resim 12: Afiş, Milton Glaser



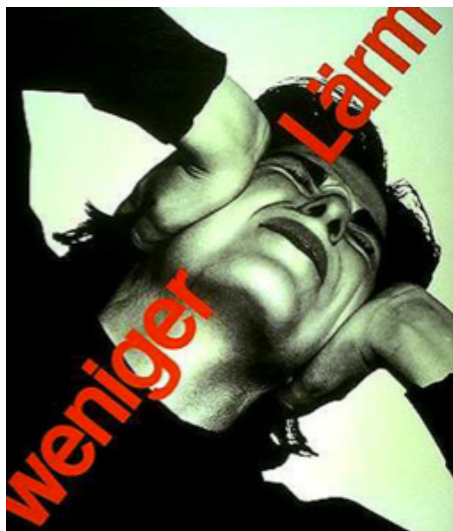
Resim 13: Herbert Matter, World War II, 1941



Resim 14: Cassandre, 1927



Resim 15: Cassandre 'Normandie' 1935



Resim 16: Afiş, J.Muller-Brockmann



Resim 17: Afiş, Herbert Matter

3.2. Çağdaş Türk Sanatında Grafik Sanatların Gelişimi

Türkiye’de afiş gelişiminin Cumhuriyet öncesi döneme kadar uzandığı bilinen bir gerçektir. O dönemde daha çok toplumu çeşitli kuruluşlara (donanmaya, seferberliğe, afetlere) yardıma çağıran afişler yapılmıştır. Balkan savaşlarının sonunda halkı yetimlere yardım etmeye çağıran yazıyla yapılmış hali belleklerde. Türkiye’de bu afişlerin kullanımları sadece bilgi aktarmak ve çağrı yapmak içindir.

1830’lu yıllarda İstanbul’da Jacques ve Henri Caillol’un kurduğu litografi atölyesi, taş baskı resimlerin yaygınlaşmasına büyük bir hız kazandırmıştır. Türkiye’de gündelik gazetelerin yayınlanmaya başlamasıyla, bu işte resim ve çizim işlerini üstlenenler de faaliyetlerine başlamış oldular. Gazetelerin yanısıra, 1850’den sonra başlayan dergicilik, grafik sanatçılara yeni bir iş alanı sağlamış oluyordu. Gazeteci Ebüzziya Tevfik’in (1849-1913), grafik sanatlara özel bir önem verdiği, XIX. yüzyıl Türk basın yaşamında Ahmet Mithat ve Ahmet İhsan beyler de, grafik sanatların gelişmesini destekleyen çabalar göstermişlerdir (Tansuğ 332).

Grafik sanata özgü bir iş bölümünün olmaması ve çevresel faktörler grafiğin tam olarak adlandırılmadığı yıllar olarak düşünmek mümkündür.

Grafik alanında kullanımı olan posta pulları da o dönemlerde tasarlanması gereken zaruri bir ihtiyaçtır. Grafik çalışmalar için özel bir uğraş alanı olan posta pullarının kullanımı da, 1850’den sonradır. Gazetelerdeki reklam resimlerinin duvar afişleriyle izlendiği ilk dönemse, XIX. yüzyıl sonlarıyla XX. yüzyıl başları olmalıdır. Afiş sorununun ortaya çıkmasında, kitleye dolaysızca seslenmenin amaçlandığı bellidir. Erken dönemde grafik sanatına özgü bir iş bölümü yoktur. Bu alanda resim sanatçıları ve hattatlar çalışıyor, yaşamlarını bu yolda kazanıyorlardı. XIX. yüzyıl sonunda Türkiye, ressamların tablo satarak geçinemedikleri bir ülke olduğuna göre, özellikle illüstrasyon alanında yeteneklerine güvenenler, basınla işbirliğine girmişlerdir (Tansuğ 332).

İhtiyaç dahilinde gelişmekte olan grafik tasarım, dünyadaki sürecin bir benzerini yaşamıştır. Elde edilen verilere göre gazetelerdeki reklamlar ve afişlerin önem arz etmesi gelişim sürecini tetiklemiştir.

XIX. yüzyıl sonunda, Batı'da örnekleri olduğu gibi Türkiye'de de resim sanatçılarının afiş niteliğinde işleri olup olmadığını bilmiyoruz. Afiş sorunu, tiyatronun kitleye doğru yaygınlaşması, sinemanın doğuşu ve gelişmesi, firmalar arasında ticari ve sınai rekabetin artması gibi olgulara bağlı bulunuyor. Toplumsal yaşam biçiminin değişmesi, ekonomik ve kültürel ilişkilerin yeni boyutlar kazanması, grafik sanatlar ve bunun yardımcıları olan diğer bazı alanlarda hızlı gelişmeler ortaya çıkarmıştır. *Diyojen* gibi mizah dergilerindeki (1870) karikatür çizgisinden, kitap kapağı ressamlığı ve reklam afişlerine kadar yayılan geniş bir alanda, diğer sanat olanaklarında da görülen bir geçiş aşaması, II. Meşrutiyet (1908) hareketinden sonra başlamış sayılabilir (Tansuğ 332).

Cumhuriyetin ilanı ve Atatürk'ün Sanayi Teşvik Kanunu çıkarmasıyla grafik alanı ivme kazanmıştır. Atatürk'ün desteği, İhâp Hulusi Görey'in o dönemde çeşitli afişlerin yapımında baş rol oynamasına ve o dönemde afiş sanatında öncü rol üstlenmesine katkı sağlamıştır.

1927 yılında Büyük Önder Atatürk'ün önderliğinde "Sanayii Teşvik Kanunu" çıkarılmış. Sanayi'de atılan bu adımla iş adamları arasındaki rekabet hızlanmış, üretilen malların tanıtılması, geniş pazarlara ulaşarak alıcı bulması için ürünün ambalajlanmasından taleplerin artmasına neden olacak tanıtım afişlerinin yapılması gerekmektedir. (Serin 119)

İvme kazanan afiş sanatı çok değerli sanatçıların eserlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ürünlerin satılması amaçlanmasıyla doğan afiş istek ve talepleri, yepyeni bir iş olanağı ve uzmanlaşma alanı oluşturmuştur.

Fakat grafik sanatlar dalında uzmanlaşma, cumhuriyetin ilanından sonradır. 1920'li yıllarda Münif Fehim, İhâp Hulusi ve daha sonraları Kenan Temizan bu alandaki tüm işleri nitelikli bir düzey tutturarak ellerinde bulunduran kişiler olarak görünmektedirler. Kıvrak bir gazete çizgisi mizacına sahip Münif Fehim, bu faaliyetini yıllar boyu sürdürmüştür. Afiş ve kitap kapağı ressamlığı

ile piyango bileti, şişe etiketi, pul dizaynı gibi işlerin, uzmanlığı bu işler olan kişilere bağlı kalması, özellikle İhap Hulusi ve Kenan Temizan'la başlamış sayılır (Tansuğ 332).

Batılı bir çizgide afiş sanatına ürünler veren Almanya'da, 3 yıl Heimann Schule atölyesinde, devamında Kunstgeiverbe Schule'de eğitimini tamamlayan İhap Hulusi Görey (1898 – 1986), reklam afişlerinde önemli bir isimdir.

Namık Kemal Sarıkavak, Beykoz Kunduraları afişinden şu şekilde bahsetmiştir; Bir şair gibi metaforlar kullanarak, benzeşimsel örneklemelerle ürünün özelliklerini tanıtmayı amaçlayan bu afiş çalışması Erken Modern dönemim 'Nesne Afişi' kavramını son derece güçlü bir biçimde sunmaktadır. Sloganda benzeşim ve çağrışımlarla güçlendiren bu görsel dil kendine özgü boyama tekniğiyle İhap Hulusi'nin sanatsal biçimini oluşturmaktadır. (Sarıkavak, Çağdaş Tipografinin Temelleri 130)



Resim 18: İ.Hulusi Görey 'Beykoz Kunduraları' afiş tasarımı



Resim 19: Afiş, 'Kıraat Kitabı'



Resim 20: İ H.Görey 'Devlet Hava Yolları'

İhap Hulusi Görey, Türk grafik ve afiş sanatında çok önemli bir isimdir. Türkiye’de grafik alanının gelişmesinin sağladığı gerçeği yadsınamaz. Bankalara, Tekel’e, Milli Piyango’ya, Kurukahveci gibi kurumlara yaptığı afişler bugün de hala tazeliğini korumakta ve kullanılmaktadır. Paul Klee şöyle der; ‘Dünya gözü önünde, ağaç dallarının zamanda ve mekanda açılıp yayılması gibidir sanatçının yapıtı’. (Klee 13). İhap Hulusi Görey’in çalışmaları da aynı Klee’nin söylediği gibi zaman içinde gerçek değerini bularak kalıcılığını ve değerini arttırmaktadır.

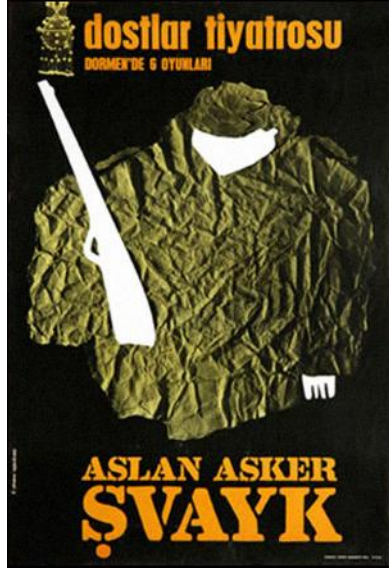
“Yaptığı birbirinden başarılı çalışmalarla ve farklı üslubuyla Türk grafik sanatlarına bir çok yeni tekniğin yerleşmesini sağlamış ve modern afiş tarzını ilk defa ülkemize getiren İhap Hulusi, genç Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucu olan Mustafa Kemal Atatürk tarafından da o dönemde pek çok yeniliğin tanıtımında görevlendirilmiştir “(Çitci 56). Dönemin bir çok tanıtımını yaptığı afişlerin sloganlarını da kendi hazırlayan İhap Hulusi, Türkiye’de ilk afiş sergisi açan sanatçıdır.



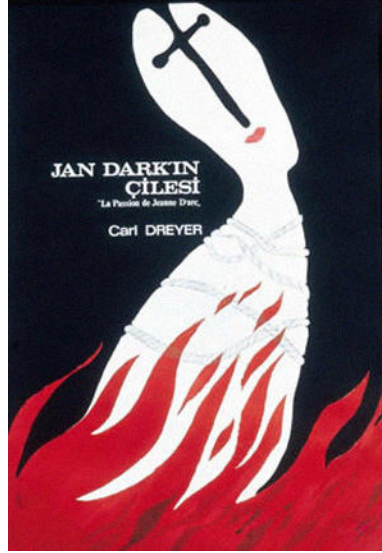
Resim 21: Atatürk'ün siparişi üzerine Türk alfabesi kapağı

Cumhuriyet kurulalı henüz 2 yıl olmuştur. İhap Hulusi Görey Türk iletişim faaliyetlerinin (afiş, grafik, reklamcılık) dallarının ilk temsilcisi olmanın yanında iyi bir afiş ressamı, sanatkar, gözlemci ve aynı zamanda psikolog kimliği ile topluma hitap eder. İşlerindeki sanat ve ince zevkini de hedef kitlelere belirgin bir üslupla hissettirir. Yaptığı işlere o dönemin şartlarını göz önünde tutarak baktığımızda, İhap Hulusi Görey'in işlerinin hiç de kolay işler olmadığını görürüz (Özpalabıyıklar 10).

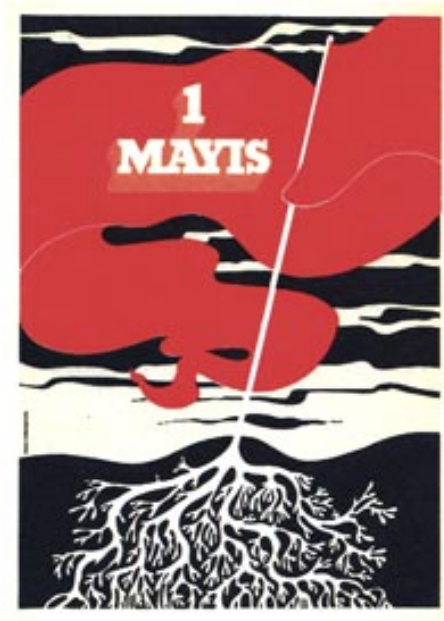
Afiş sanatı, 1950'lerden sonra önem kazanmaya devam etmiştir. Bu gelişim sürecinin etkileyen ve tetikleyen sanayileşmenin hızla gelişmesi ve büyümesidir. 1950'lerde endüstriyel afişlerle beraber kültür afişleri de bir yandan büyümeye ve kullanılmaya başlanmıştır. Tiyatro afişleriyle ön plana çıkan Mengü Ertel, Türk grafik sanatında önemli isimlerden biridir. Bülent Erkmen, Erkan Lavi, Cemalettin Mutver, Mürşide İçmeli, Yurdaer Altıntaş, Mustafa Asher, Turgut Betil, Sadık Karamustafa gibi sanatçılarda diğer önemli isimlerdir.



Resim 22: Mengü Ertel



Resim 23: Mengü Ertel



Resim 24: Afiş, Sadık Karamustafa

İhap Hulusi Görey'in afişleri incelendiğinde Almanya'da eğitim almasının verdiği etkiler görülmüştür. Afişlerinde yalın bir anlatım kullanmış ve illüstratif bir yaklaşımla afiş tasarımları yapmıştır. Sloganlarında kullandığı dili çeşitli benzetmeler yaparak akılda kalıcı hale getirmeye çalışmıştır. Almanya'da eğitim almış olması Türkiye'de afiş gelişiminin de yönünü belirleyici bir unsur olmuştur. Türkiye'de gelişen ve ilerleyen afiş sanatı pek çok değerli sanatçının ürün vermesiyle devamlılığını sürdürmektedir.

2000'li yıllarda afiş sanatında ürün vermeye başlayan pek çok yeni nesil tasarımcı yerel değerlerin ışığında tasarımlar yapmaktadır.

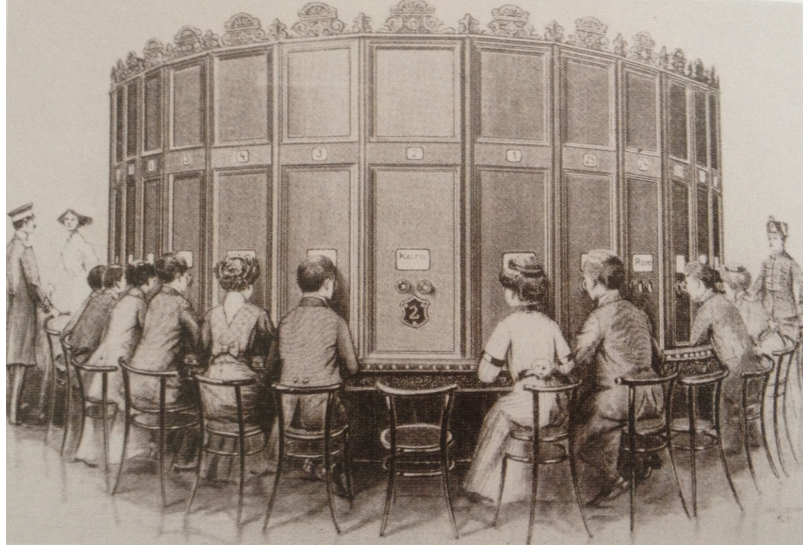
3.3. Sinemada Afiş

Sinemada afişin gelişimi film endüstrisiyle paralellik göstermektedir. Bu gelişim sürecinde yaratılmak istenen filme verilen emeğin afişlerinde de yansıtılmasıdır. Sinema afişleri bu açıdan çok önemlidir. Filmin doğuşuyla beraber sinemada afiş sanatı da doğmuştur denilebilir. Beraber gelişen bu iki alan birbirlerini geliştirmişler ve izleyicide etkili bir görsellik bırakmak üzerine yoğunlaşmışlardır.

Filmin doğuşu açısından bakıldığında teknolojik imkanlar varlığın yeni fizyolojik gözlemlere ve teknik ilerlemelere imkan tanıyan optik bilimlere borçlu olan sinema; orta sınıfa hem kendilerine ayıracak vakit hem de refah sağladı. Büyülü fener gösterilerinden tutunda kaleydoskop makinelerine kadar gözde bir eğlence şekli olduğunu cümle aleme kanıtladı. Edward Muybridge ve Etienne Jules Marey gibi bilimciler harekete yönelik fotoğraf çalışmalarına öncülük etti. Thomas Edison'un dikiz kutusu formundaki Kinetoscope'u büyük bir başarıydı. 1895'te Fransız Lumière Kardeşler ilk uygulamalı kamerayı ve toplu gösterim kavramını keşfetti, film, 1900'ler de de bir yenilik olmaya devam ediyordu. (Borden, Dujisens, Gilbert, Smith, 14)

İnsanoğlu bu dönüşümde çok değişik bir dünyanın kapılarını aralamıştı. Filmin doğuşu ve fotoğrafın icadı iki önemli hadisedir. Fotoğraf ise, film afişlerinde en çok kullanılan görüntüleme tekniğidir. "Fotoğraf ve sinemadaki bütün ilerlemeler, bu sanatlarla ayrılmaz bir ilişkiye sahip olan grafik tasarımı da derinden etkilemiş ve gelişimine katkıda bulunmuştur"(Atiker 39). II. Dünya Savaşı'nda fotomontajın

yoğun bir şekilde kullanılması ve yaratılan kompozisyonlar, bir propaganda aracı olarak başarı sağlamasına rağmen afişe hiçbir yenilik getirmemiştir. Ancak savaş sonrasında fotoğraf sanatının büyük bir gelişme göstermesiyle, fotoğrafın en iyi kullanıldığı alan afiş çalışmalarına olmuştur. Eğlence dünyasına gelecek olan bu hareketli dönemecin kapıları bu buluşların yapılmasıyla açılmıştır.



Resim 25: Viktorya Devrinden dev bir kaleydoskop illüstrasyonu

“Başlangıcından beri sinema, dünya üzerindeki milyonlarca insana hayal kurmanın ve inanılmaz öyküler anlatmanın yolunu açtı. İnsanları anlık olarak hayatın acı gerçeklerinden uzaklaştıran sihirli bir halıydı”(Larter 11). Bu kısa ömürlü hayal dünyasının ilk adımını sağlayan yol afiştir. Afişte yansıtılan hayali öyküler, güçlü anlatımlar, dijital efektler ve daha birçok teknik sinema afişlerinin vazgeçilmezidir.

İster biçim düzleminin isterse olaylar düzleminin tümünün kendine özgü kullanım biçimi her durumda açıkça doğrulanabilir olmalıdır. Anlatım çerçevesi içinde açık seçik işlevi olmadan kullanılan herhangi bir öge düşüncesizce kullanılmıştır. Ve film yapımcısı elde etmek istediği etkiyi bulandırmak tehlikesiyle karşı karşıyadır. Altı değişik anlatım işlevi belirlenebilir; gerçekçi, dramatik, tematik, lirik, güldürü, ilgisiz ve gereksiz olmayan işlevdir (Foss 19).

Fotoğraf; yoğun bir etkileme gücüne sahip, inandırıcılığı kuvvetli, ilgi çekici ve film afişlerinde oldukça sık başvurulan görsel bir malzemedir. Yalın bir şekilde afişte kullanılabilmesi gibi, çeşitli laboratuvar teknikleriyle fotoğrafın üzerinde sanatsal düzenlemeler yapılarak da afiş üzerinde kullanılabilir. Film afişlerinde filmde seçilen sahneler yada filmde rol alan oyuncuların fotoğrafları oldukça izleyicinin karşısına çıkar. Filmin türüne uygun olarak yapılacak olan afişlerin illüstrasyon tekniği, fotoğraf tekniği ya da salt tipografiyle bir anlatımın olacağı tasarımcının hayal gücü ve becerisine bırakılmıştır. Bilgisayarın tasarım sürecindeki yerini bulmasıyla bambaşka bir dönemece girilmiştir.

”Bilgisayar çağı 1948 yılında askeri alandaki kullanım için düşünülmelerinden başlayarak toplum kullanımına getirilmesiyle başlamıştır. Tasarım süreçlerini bilgisayarlaştırma girişimleri 1957’de Christopher Jones’un “Dizgisel Tasarım” makalesine dayanır” (Sarıkavak, Sayısal Tipografi 36).

1963 yılında “Computer and Automation” dergisi ilk “Bilgisayar Sanatı” yarışmasını destekler. Afişin gelişmesinde en önemli dönem 1980’li yıllar idi. Teknolojik gelişmelerle beraber afişlerde estetik olarak kayda değer ilerlemeler görülmüştür.

Sinemada afişin önemli noktaların biri de anlık olarak insanları yakalamasıdır. Becer kitabında afişleri şu şekilde gruplamıştır;

Grafik sanatların birçok önemli özelliğini kendi bünyesinde barındıran afişler, bir filmi, bir konferansı, bir tiyatroyu ya da çok farklı türden bir etkinliği görsel anlatım tekniğinin artan zenginliği içinde kolaylıkla çoğaltabilir, dağıtabilir ve yaygınlaştırarak çok kısa bir süre içinde adeta bir çırpıda izleyiciye anlatabilirler. Festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, tiyatro, sergi ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler kültürel afiş grubuna girer (Becer 202).

Sinema grafik sanatların film yapımındaki gerekliliğini kabul etmek için 50 yıl beklemek durumunda kalmıştır. Sinemada grafik sanatlara önce film afişlerinde rastlanır. 1950 yılında ilk grafik sanat ürünü afişler görüldü. Bu sırada özel çabalar sürdürenler, Fransa’da Vertes, İngiltere’de Bawden ve Searle, Polonyo’da Lenica ve Tomaszewski gibi isimlerdi. Bu çabalar sonucu, kimi yapımcı ve yönetmenler filmin ana temasını tek bir görüntüde özetlemek için kalem ve fırça sanatçılarıyla birleştiler.

Dorsay afişin ve dolayısıyla grafik tasarımının sinemada gerekli hale gelişini şu şekilde aktarmıştır;

Afiş yoluyla sinemaya giren grafik, daha sonraları filmlerin tanıtma görüntülerinde de (generique) kullanıldı. Bu şekilde sunulan ilk filmlerden biri, Saul Bass'ın resimlediği Otto Preminger'in *Carmen Jones – Siyah Karmen* (1955) oldu. Bundan sonra bazı yapımcı ve yönetmenler de bu yöntemi kullanarak Maurice Binder, Richard Williams, Tom Bailey, John Wilson gibi sanatçılara grafiklerini kullanmak için yeni bir alan sağladılar. Bunun sonucu, günümüzde filmlerin grafik yoldan tanıtılması grafik sanatlarda yeni bir alan ortaya çıkardı. Grafiğin tanıtma görüntülerinde kullanılması sinema-TV çatışmasıyla aynı dönemde görülmesi bir rastlantı sonucu değildir. Sinema yapımcıları, TV'nin ortaya çıkmasıyla azalan sinema seyircisini tekrar kazanmak için üstün yapımlara ve akademik ekrandan geniş perde sistemine geçtiler.(Dorsay 52)

Geniş perde sistemine geçişin başlaması yepyeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bu sebeple sinemada yeni bir bakış açısı ve yaklaşım sağlanmıştır. “1990’larda başlayan ve genellikle büyük alışveriş merkezleri içinde yer alan çoklu sinema salonları açma geleneği 2000’li yıllarda da devam etti” (Ormanlı 137). Çoğalmaya başlayan sinema salonları izleyicilerin sıklıkla tercih ettikleri mekanlarda açılmaya başlanmıştır. 2000’li yılların afiş gelişim sürecinde sinema izleyicisinin artışı da etkili olmuştur. Büyümekte olan yedinci sanat, internetin yaygınlaşması, reklam kampanyaları, basın da gücüyle ilerlemesine devam etmedir. Reklam kampanyalarında kullanılan afiş tasarımları sinema salonlarına izleyici çekmek ve sektörün hareketli kalma amacındadır.

Böylece sinema yeni biçimler kazandı. Ressama olan gereksinme, günümüzde en çok büyük ekranlı filmlerde duyuluyor. Geniş ekranlı filmlerde istenen sonuca varmak için başvuru olan yeni ve özel teknik araştırmalar, ressamı zorlamaktadır. Büyük ekranların amacı, seyirciye eylemin içinde olduğu duygusunu vermektir. Geniş açılı yeni kameralar, operatör tarafından nesnel olarak kullanıldığında, seyirciye bu duyguyu kendiliğinden sağlamaktadır. Bu kameraların görüş açısı hemen hemen insan gözünün açısına eşittir ve büyük ekrana yansıtıldığında, aslına çok sadıktır.(Dorsay 52)

“Yani alıcı, hem bireysel hem toplumsal psikolojinin yasaları içinde, hem bireysel hem toplumsal tarihinin verileri arasından, hem bireysel kültürünün hem de ulusal kültürünün araçlarıyla sanata yanaşır, onunla ilişkiye girer, girmek ister” (Erinç 122).

Sonuç olarak, sinemada afişin gelişimi sinema için üretilen filmlerin kalitesi, içeriği ve tanıtıma verdiği önemle paraleldir. Sinema filmleri için hazırlanan afişlerin gelişimine büyük ölçüde fotoğrafın icadı etki etmiştir. Fotoğraf kalitesinin yükselmesiyle bağlantılı olarak bir gelişim söz konusudur. Afişlerin sadece duvar ya da dış mekan kullanımı kalmamıştır. Sinema salonlarının tuvaletlerindeki ekranlarda dahi görülebilecek hale gelinmiştir.

Bu yaklaşımla tanıtım sürecinin her an kat be kat arttığı düşünülürse, sektörün ne kadar geniş çapta hareket ettiği görülebilmektedir. Dijital yapılanmanın artmasıyla yapılmak istenen tanıtım ve reklam çok daha kaliteli ve çekici durmaktadır. İzleyicide yapılmak istenen görsel etki afişlerin pano sistemleri, dijital ekranlar gibi teknolojik sistemlerin içinde gösterimi de bu etkiyi artırıcı unsurlardandır. Toplumsal bilincin oluşmasında ve filmin anlaşılabilirliğinin sağlanması açısından teknolojik ilerlemenin de katkıları olduğu yadsınamaz.

4. TÜRK SİNEMASINDA AFİŞ

4.1. Dünya’da Sinema Afişleri (Görsel Etki Bağlamında)

Dünya piyasasındaki film endüstrisi, film afişlerindeki görselliği çok güçlü bir anlatım aracı olarak görmektedir. Günümüzde kullanılan fotografik dijital manipulasyon afişler, filmlere zengin bir çerçeve kazandırarak filmlerin anlatım gücünü desteklemektedir. Fotografik görüntünün yanı sıra bir hikaye gibi ele alınan afiş kompozisyonları, izleyici için bir merak konusu haline getirilmektedir.

Film şerdiyle geçen bir yüzyıldan sonra dijital filmlerin ortaya çıkmasıyla beraber 90’lardaki büyük teknolojik değişimler etkisini göstermeye başladı. Film stüdyoları kaynakları Titanik gibi gişe rekortmeni filmlere ayırırken bağımsızlar entellüktüel, yetişkin sineması yaparak Ucuz Roman gibi filmlerle daha önce olmadığı kadar büyük bir seyirci kitlesine ulaştılar. 21. yüzyılın başında analog teknoloji yerini dijitale bırakıyordu. Montajcılar film düzenleme cihazı moviola’dan bilgisayarlara geçerek değişimi ilk yaşayanlar oldular. Bu değişim bir nevi gittikçe artan coşkulu montaj tekniklerinin sonucuydu. (Larter 76)

Amerikan sineması çok zengin alt yapıya sahipti. Hollywood sinemacıları yıldız oyuncularla gişe başarısı elde etmek amacındadır. “Hollywood sinemacılarının film afiş düzenlemelerinde ‘yıldız’ olgusunu ön plana çıkardığı görülmektedir. Yıldız oyuncuların özdeşleştikleri imajlar afişlerde izleyicinin filme ait kanaat getirmesine yardımcı olmaktadır”(Meriç 53).

“Görüntü belirli bir içeriği aktaran bir anlatım aracıdır. Sinemanın en küçük anlamlı birimidir. Görüntünün çözümlemesi göz ile görülen tüm nesnelere dir. Görüntünün biçimiye alıcının belirli bir açıdan gösterdiği nesnelere dir. Görüntüdeki nesne gerçek dünyadaki tıpatıp benzeri değildir”(Büker 49). Görüntüdeki gerçekliğin film afişlerine yansması nesnelere belli bir açıdan değişen fiziksel görünüşüne rağmen biçimdeki aynı kalarak izleyiciyi etkileme amacına ve filmdeki mesajın aktarım özelliğini taşımaktadır.

“Film şeridinden dijitalle geçiş süreci film afişlerinin hazırlanmasında dijitalleşmenin ve bilgisayar teknolojisinin başlangıcı oldu. Sinemanın bir sanat biçimi olmasında en

önemli isim, David Warth Griffith'dir. İlk filmi Dori'nin Maceralarından (1908) sinemayı değişime uğrattı”(Larter 19).

Görsel kültür içinde görsel olan, görülebilen, işlevsel ve iletişimsel bir amacı olan şeydir. Bu tanımda kesinlikle bir akla yatkınlık vardır. Bu akla yatkınlık, görsel kültür içinde görsel olanın tasarlanmış şeylerle olduğu imasından ortaya çıkar. Görülebilen ve iletişimsel ya da işlevsel bir amaç içeren şey iyi bir tasarım tanımıdır. Hem grafik tasarım hem de ürün tasarımı, örneğin görseldir ve iletişimsel veya işlevsel bir amaç içerir. O halde görsel olanı, “iletişimsel veya işlevsel bir amaç içeren şey” tanımlamak akla yatkın gibi geliyor (Barnard 31).

Yukarıda Barnard'ın bahsettiği gibi grafik tasarımda önemli bir yeri olan afiş tasarımlarını sadece sanatsal olarak değil aynı zamanda işlevselliği de ön plana çıkarmaktadır. Toplumsal yapının bir freski olan sinema, beraberinde yoluna devam ettiği afiş tasarımlarını aynı ölçüde etkileyerek, sanatsal algının yanında başka algı ve görevleri de beraberinde getirmiştir.

“İnsanoğlu artık içinde yaşadığı dünyaya bir açıklama getirmeyi umduğu görüntüler arasında yolunu aramak zorunda kalmıştır. Kendi ürettiği görüntüleri deşifre etmek yerine onların bir işlevi olarak yaşamını sürdürmeye başlamıştır. Sonuç olarak, yaratılan “görüntüleştirme” amacı bir tür “yanılsamaya” dönüşmüştür”(Flusser 6). Görüntülerin yanılması olarak ele alındığında, afişlerin aslında birer illüzyon oldukları varsayılabilir. Hayal ürünü olan bu tasarımlar gerçekliğin ürünleri değildir. Yanıltıcı olduklarını söylemek güçtür, yalnız şunu da belirtmek gerekir ki afişlerdeki ilk izlenim insanların arasında yaşanan ilk izlenim gibidir. Bu yüzden büyük önem arz etmektedir.

Tasarım tarihi bu sahalardan her birinin nasıl oluştuğunu ve iyi tasarımın ne olduğu hakkında bir düşünce birliğine nasıl vardığını açıklar. Tarih, tüm dünyadaki tasarımcıların ortak bir kültür olarak paylaştıkları şeydir. Efsaneler, düşünce, ekolleri ve tasarım guruları ve tasarım örnekleri olan ürünlerin tümü iyi tasarımın nasıl geliştiğini anlamaya yardım etmektedir.

Tasarım pazarının dört temel özelliği şunlardır;

- * Uluslararasıdır: yaratıcılık ülke sınırı tanımaz
- * İki Küreye bölünebilir: Dahili ve haricidir
- * Tasarım yayılış süreci vardır
- * Bir grup tasarımcı girişimcilerdir. (Mozota 57)

Dünyada film afişleri incelendiğinde bazı temel ortak özelliklerinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu ortak özellikler şu şekilde biraraya toplanmıştır; (Movie Poster Design, 2011)

Dikkat çekmek afiş tasarımlarının birincil özelliği olmalıdır. Performansa dayalı bir konumda basit bir satış formülü dört adım oluşur. Bunlar; dikkat, ilgi, istek ve eylemdir. Dikkati çekerek kitlelerin bakışlarını teşvik edici hale getirilmektedir.. Ancak bu dikkat çekme eylemi, kışkırtıcı resim veya gösterişli grafikler ile elde edilmek zorunda değildir.



Resim 26: Hangover

Klasik bir örnek için yukarıda 'Hangover' afişlerine bakılabilir. Sadece güzelliğin tasviri ya da gerçek ikon tasarımları değildir. İnsanların bakışları için dikkat çekici özellikler taşırlar. Arka planda gösterişli degrade plan, baş-omuz karakter resimleri ve parlak ışığın etkisi altındadır.

İkonografi de kullanılan diğer bir yöntemdir. Yani söylemeden göstermektir. Bu konuda en etkili gösterim tarzı film afişlerinde doğrudan doğruya başka yönlere sapmadan görsel ikon kullanımınıdır.

Görüntüler ister yakın çekim, ister bir karakter olsun büyük bir ustalıkla kullanılmaktadır. Ve bu dikkat çekmenin ve aynı anda ilgi oluşturmanın inanılmaz etkili bir yolu olabilir.



Resim 27: Jennifer's Body ve True Blood

Buradaki örnekte Jennifer's Body afişinin ve True Blood serilerine esin kaynağı olduğu görülmektedir. Seksilik, kontrast, ve aralık, dikkat çekmek için reklam verenler tarafından üzerinde bu taktikleri kullanır. Aynı zamanda film hakkında da bilgi verir. Bu tüm görüntüleri üzerinden, aynı anda rahat gözlemci ve korku hayranları için pazar sağlar.

İlgi oluşturmak ve filmi görmek için bir istek oluşturmak önemli hususlardandır. Drama ya da korku filmi türleri ikonografi yöntemiyle yansıtılamaz. Filmin hikayesi hakkında izleyiciye fikir vermesi için güçlü görüntüler kullanılır.

En modern film posterleri filminden bir sahnenin afişin ortasına yerleştirilmesiyle izleyici açısında bir heyecan ve istek yaratır. Böylece afişi gören seyirci filmi izlemek istemektedir.



Resim 28: Inception

Yukarıdaki Inception afişi şu stratejiyi kullanır. Bu sahne izleyicileri afişin tam orta noktasına bırakır böylece filmin öncesinde ve sonrasında ne olacağını ancak izleyerek anlayacaklardır. Sonuç olarak, sinema biletini alımını sağlayan bir merak yaratır.

Bu tip tasarım stratejisi özellikle gerçekçi olmayan, fantezi tipi olaylar, doğaüstü ya da psikolojik etkiler yaratır. Bu işe yarayan simgelerin kullanımı meraklıların ilgilerini uyandırır. Sonuçta bir film afiş tasarımı da aynı sinema filmleri gibi detaylı ve titiz bir çalışma getirmektedir. Filmin adı, semboller, imgeler ve tasarım bunların hepsi bir bütündür bunların birleşimi bulunmalıdır.

İlgi çekme, hem hayranları ve olmayan hayranları ile istek yaratmaktır. Filmin pazarlama sürecinde ünlü oyuncuların fanlarından yararlanır. Güçlü bir çekim yaratabilmek için promosyon malzemeleri bol miktarda kullanılır. Büyük film posterleri reklam pazarındaki bu uyarlamayla iki kat ilgi çeker.

Inglourious Basterds film afişi, dünyanın en ünlü ve tanınmış film yönetmenlerinden biri tarafından yapılmıştır. Ve bu kadar ünlü bir film yönetmeni olmasına rağmen oyuncuların fanları etkilemede promosyon kullanılmaktadır.

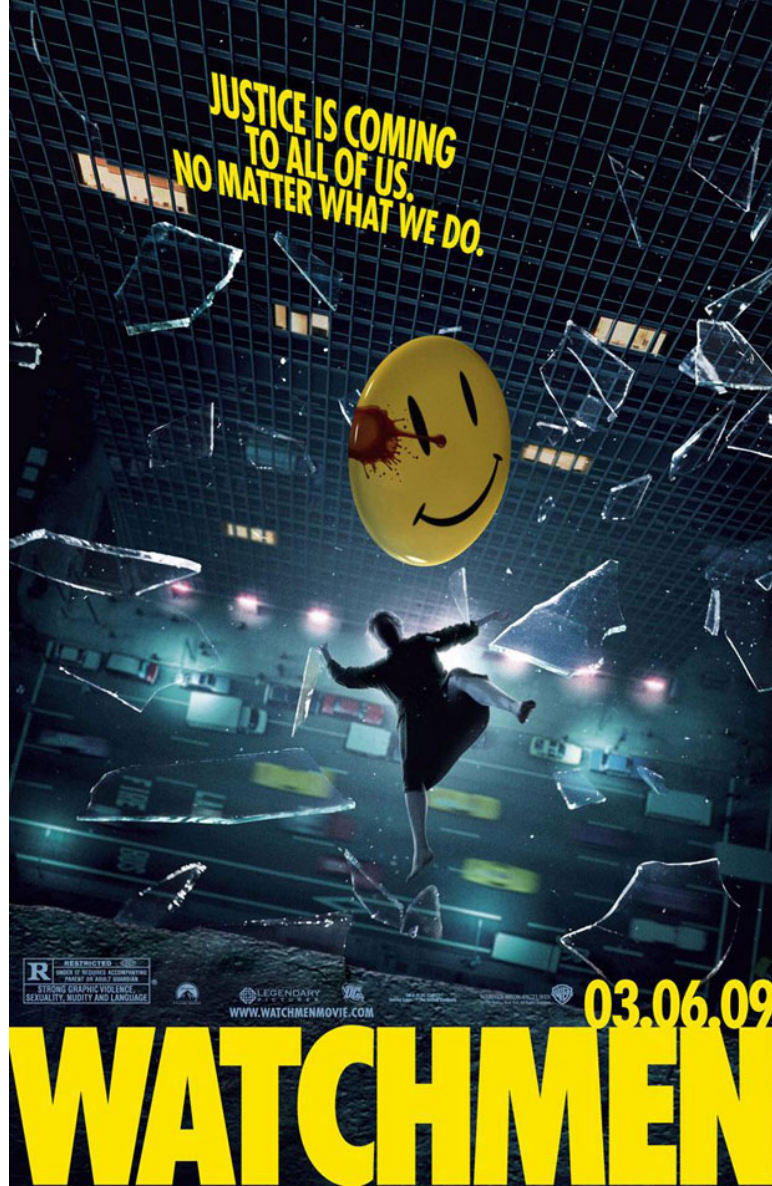
Fanları bu filmde haberdar olmasına rağmen film gösterime girene kadar fanların ilgisi sıcak tutulur. İzleyiciyle bağ kurmak ve bunu vurgulamak için büyük puntolarla oyuncu isimleri afişlerde yer alır.



Resim 29: Inglourious Basterds

Stilin ve tasarım açısından belli bir çizginin olması film ile tutarlı bir görünüm sergilemektedir.

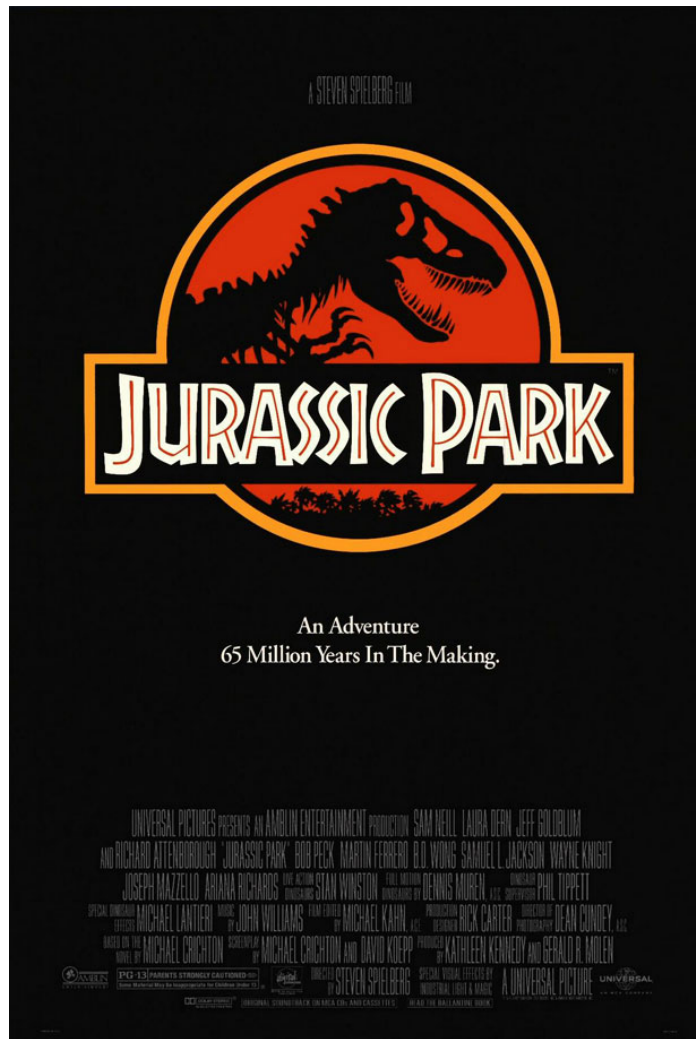
Bir sanat filmi ya da gişe rekorları kıran filmler de iyi bir pazarlama gerekir. En unutulmaz film posterleri bazı hallerde film çıkarları için cesur, özgün sanatsal stilleri kullanılır. İster bir sanat filmi olsun ister bir başka tür film olsun stil önemlidir. Her filmin kendi tarzına göre afişi tasarlanır.



Resim 30: Watchmen

Watchmen film afişi teknoloji kullanımı gösterilmesi açısından başarılı bir örnektir. Bu film afişi çizgi roman tarzı kullandığından hemen tanınabilir, bu kitabın hayranlarının dikkatini çeker.

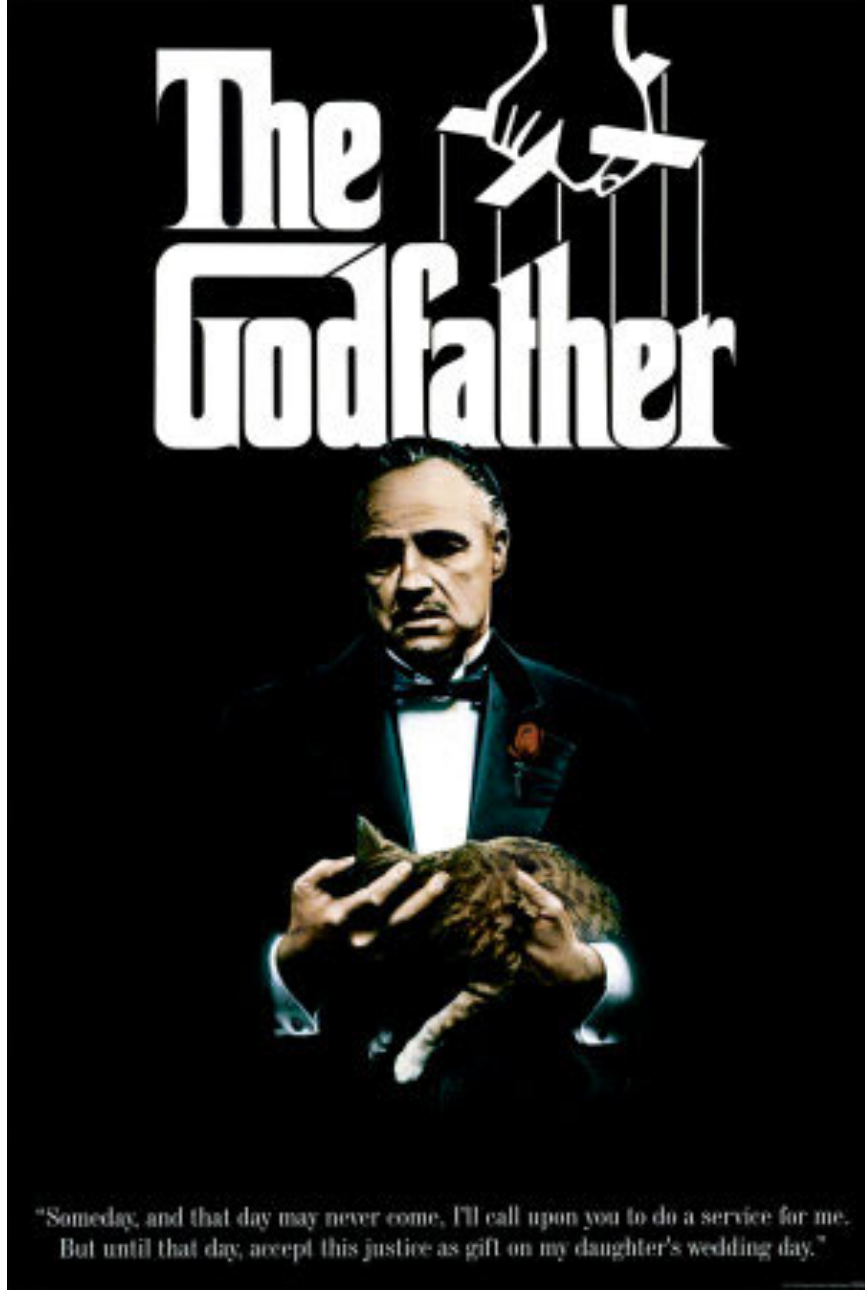
Kalıcı ilginin oluşturulması ve diğer biçimlere uygun bir görünüm bir diğer önemli konudur. Burada 'sanatsal' ve film afişi arasında tehlikeli bir durum vardır. Buradaki tehlike şudur; DVD sürümleri için afiş tasarımlarındaki değişim ciddi tartışma konusudur.



Resim 31: Jurassic Park

DVD üzerinde temel noktalar ve başlıklar görünür olur ve bu da film afişlerinin daha büyük çaplı prodüksiyonla yapıldığının algılanmasını sağlar.

Yukarıda Jurassic Park gerçekten onun devasa bir yapımı görünümündedir. Görüntüdeki kullanımın büyük olmasına rağmen küçük görünebilir. Film afişleri için ölçülü, açık ve kalıcı bir formda olması gerekmektedir.



Resim 32: Godfather

Tanınırlık afiş tasarımlarında ciddi bir avantaj oluşturmaktadır. Afişlerin anımsanırılığı ve çabuk algılanması afişin özelliği ve sektör açısından değerli bir meseledir.

Devam filmleri önceki başarıdan yararlanarak aynı başarıya ulaşmıştır. Devam film afişleri bir önceki film afişi ile bağlantılı gitme eğilimindedir. The Godfather bu tür bir tanınırlık afişleri için başarılı bir örnek teşkil eder. İzleyicileri çekmek için önceki

filmin ticari başarıları, önceki filmdeki stil ve tasarım kullanılarak ticari başarı yinelenir. Sadece yönetmenin ismi bile, filmin türü ve afişin nasıl oluşturulduğu hakkında izleyiciye ipucu verir. Tanınırlılık aynı zamanda ayırt ediciliği, anırsanırlığı sağlayan önemli bir etmen olarak görülmektedir.

4.2. Türkiye’de 2000’e kadar Sinema Afişi

“14 Kasım 1914 sabahı saat dokuzda başlayan, Ayastefenos’taki meçhul asker anıtının yıkılışının çekimini Türk sinemasının başlangıcı olarak görmek isteyen bazı eleştirmenler, tanımlamalarında doğru bir yaklaşım sergilememektedir”(Hakan 15). Türk sineması tartışmalı bir başlangıç yapmıştır. Bu başlangıç sürecinden sonra devam eden bir dizi sancılı, başarılı ve duraklama gibi değişik dönemleriyle de devam etmiştir.

Sinemanın varolmasıyla afiş sanatının doğması arasında dolaysız yoldan bir bağlantı vardır. Diğer yandan afiş sanatının gelişmesinde üniversite düzeyinde güzel sanatlar alanında eğitimin de ciddi bir ilişkisi vardır.

“Grafik sanatlar içinde değerlendirilebilecek olan afiş sanatının ilerleme sürecini Türk Grafik Sanatlar Tarihi’nin gelişimine paralel olarak incelemek daha doğru olacaktır. Türklerin, tarihleri boyunca bir çok farklı alfabe kullanmaları sebebiyle Türk Grafik Sanatı’nı kabul ettikleri yazı sistemleriyle incelemek yerindedir“(Doğan 32). Uygur alfabesi ve Göktürk alfabesi, eserler incelendiğinde kullanıldığı görülmektedir. Uygur ve Çin komşuluk ilişkileri sayesinde baskı tekniği gelişmiştir. Baskı tekniğinin kullanıldığı bu süreçte tahta kalıplar ön plana çıkmıştır. Hala Anadolu’da bu kalıp sisteminin izlerine rastlanmaktadır. Orhun yazıtlarının bulunduğu Moğolistan’da, bu yazıtlar hakkında alfabe ile ilintili veriler mevcuttur.

18. yüzyılda matbaa Osmanlı devletinde kullanılmaya başlamıştır. Matbaanın Osmanlı Devleti’ne gelmesine İbrahim Müteferrik (1674-1747) öncülük etmiştir. Böylece Osmanlı Dönemi’nde Grafik Sanatlarda ilerleme kaydedilmiştir. Daha sonra İbrahim Müteferrika ve Mehmet Çelebi 1727 yılında ilk baskı tesisini kurmuşlardır.

“İbrahim Müteferrika’nın bastığı ilk kitaplar; Tarih’i Hind-i Garbi, Cihannüma adlı resimli bir kitap, Latin alfabesiyle basılmış olan Grammaire Turque ve Kitab-ı

Lügat-ı Van Kulu'dur. Osmanlı döneminde aşamalar geçiren matbaacılık tarihinde, ilk Türkçe gazeteler 1860 yılında çıkmaya başlamıştır”.

Afiş sanatı asıl gelişimini cumhuriyet döneminde, ülkemizde ticaret ve sanayinin büyümesiyle gerçekleştirir. 1940'lı yıllarda fotoğraf kullanılarak yapılan film afişlerinin yerini 1950'li yıllara gelindiğinde illüstratif afişler alır.

Matbaanın ilk yıllarında basılı ürünler genellikle hattatlar tarafından hazırlanırdı. Osmanlı Devleti'nin I. Dünya Savaşı'na katılması herşeyde olduğu gibi matbaacılıkta da bir gerileme dönemi yaşanmasına sebep olmuş, fakar Kurtuluş Savaşı döneminde Mustafa Kemal Atatürk'ün Türk ordusuna destek vermek için basılı ilanlar ve yayınlar çıkartılmasını istemesiyle hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. Cumhuriyet'in ilanından sonra Latin harflerinin kabulü de bu hızlı gelişim sürecinin artmasında çok büyük bir etken olmuştur. (Doğan 33)

Türkiye'de ilk örnekler Osmanlıların son dönemi ve Cumhuriyetin ilk yıllarında görülmeye başlandı. Ağırlığı metne dayanan tiyatro, sinema, yardım dernekleri ve Türkiye'de üretilmeyen ürünlerin reklamları afiş yapılıyordu. İlk dönem büyük çoğunluğu yurtdışından gelen afişler, yarı - kapalı ortamlarda (tiyatro girişi, dükkân vitrinleri vb.) sergilendi. (Grafik sanatları, 2006)

1950'ler grafik tasarım bölümlerinin açılmasıyla Türkiye'de güzel sanatlar fakültelerinin sayısının artması özellikle grafik tasarım, resim, heykel bölümlerinin tercih edilmesi sonucunda aldıkları grafik tasarım eğitim donanımlarını film afişlerini de daha sonraki meslek hayatlarında film afişlerindeki bu yeteneklerini daha fazla ortaya koymaktadır.

Afiş tasarımlarının teknik donanımlarının geliştiği yıllar da bu süreci kapsamına alır. Baskı teknikleri zamanın teknolojik gelişmelerine uyumlu olarak gelişir. Fotoğrafın toplumsal yaşama katılmasının gelişimi ilk dönemlerde afiş sanatına yön verirken illüstrasyonara geri dönülmesi, sanatsal uygulamalara önem verilmesiyle eş anlamlıdır. Başlangıçtan itibaren Cumhuriyet dönemiyle beraber ilerleyen yıllar içinde yeniden fotografa geçilmesi gelişen teknoloji çağının afiş sanatına sunduğu seçkilerin kullanılması anlamını taşır.(Doğan 243)

İlk Türk afiş sanatçısı, yurt dışında eğitim görüp, 1925 yılında Türkiye'ye dönen İhâp Hulusi Görey olmuştur. 1927'de Güzel Sanatlar Akademisi'nde ilk afiş atölyesi açıldı. Hulusi, Alman afiş sanatından etkilenmelerini yapıtlarına yansıttı. Aynı dönemin sanatçılarından Mithat Özar, Paris'te eğitim alarak Akademi'deki atölyenin başına getirildi.

Türk sinema afişlerinin, Türk grafik sanatına etkisi tartışmaya açıktır. Ancak, 1950 – 1960'lı yılları kapsayan dönemin sinema afişlerini hazırlayan tasarımcıları sonraki yıllarda karikatürist veya illüstratör olarak hayatlarına devam ederken, 1960 ve 1980 arasında sanatçı kimlik taşıyan tasarımcıların dönemi başlar. Ticari kaygıları afiş tasarımını bir sanat olarak görmekten uzak olan Sinema yapımcıları, sanatçı afişlerine uzak durmayı yeğlerler. 1950'lilerde grafik tasarım bölümlerinin açılmasıyla beraber 2000'li yıllarda Türkiye'de güzel sanatlar fakültelerinin sayısının artması sayesinde grafik tasarım, resim, heykel bölümlerinin tercih edilmesi ve böylece aldıkları grafik tasarım eğitim donanımlarını film afişlerini de daha sonraki meslek hayatlarında film afişlerindeki bu yeteneklerini daha fazla ortaya koymaktadır. Görsel bir okuma yapıldığında; 1950-1960 dönemi afişlerinde benzerlikler gözlemlenir. Ancak bu afişler türlerine göre incelendiğinde bu benzerliklerin, kendi aralarında konularına göre tasarımsal farklılıklar taşıdığı görülür(Doğan 242).

Bu bilgilere ek olarak 1990'lı yıllarda film üretiminde bir duraklama yaşandığı söylenebilir. Bu duraklamanın birçok sebebi vardır. Bu duraklama dönemi sinema filmlerini olumsuz etkileyerek film afişlerinin de daha az üretilmesine neden olmuştur. Okan Ormanlı 1990 yıllara şu şekilde değiniyor;

“Türk Sineması, 1990'lara gelindiğinde tarihinin en zor günlerini yaşıyordu. Hayat şartlarının ağırlaşması, etkinliğini kaybetmeye başlayan videonun yerine sayısı hızla artmaya başlayan özel televizyonların yayına geçmesi ile sinema seyircisi salonlardan uzaklaşmaya başladı” (Ormanlı 114).

Hollywood sinemasına olan ilgi ve güçlü tanıtımlar Türk Sinemasının tercih edilmemesinin bir başka nedenidir. Revaçta olan filmlerin reklam kampanyaları ve afişleri izleyicinin beğeni yargılarını değiştirmeye başlamıştır. Bu tanıtım

kampanyalarında evrensel kuralları kullanan bir yaklaşımdan bahsedilebilir. Çekici ve çarpıcı hale getirilen afiş ve tasarımlarda yer alan imge ve kaliteli fotoğraf kullanımları izleyicinin kaliteli yapımın bir parçası olma isteği uyandırılarak bu etki sağlanabilmiştir.

Zira filmin temel anlamı ya da yazınsal anlamının iletimi her türlü kodlaştırmanın ötesine geçerek yeni bir biçimde mesaja dönüştürülmesi film afişlerinin yaratıcılığına bağlıdır. Film afişlerinin imgelerinde görülme olasılığı yüksek simgelerden söz edildiğinde zamanın akışı içerisinde gösteren ve gösterilen unsurlar bir arada görülmektedir. Bu unsurların kullanımı sağlarken ele alış şekilleri ve kullanılan programlar da etkin rol oynamaktadır. Yalın ve dijital olarak yapılan film afişleri seyirci potansiyelini yükseltmek amacıyla bir araç olarak kullanılmaktadır.

Çağdaş filmlerin en önemli özelliklerinden biri çoğunlukla anlaşılır olmasıdır. Bu açıdan daha anlamlı ve daha düzenli imgelerle destekli abartılı olmayan filmlerin üretimi afişlere de yansımıştır.

Örneğin melodram afişlerinin asıl amacı sosyal yaptırımlar ve kişisel beklentiler arasındaki imkansız aşkı, Kurtuluş Savaşı afişleri ise Türk milletinin kahramanlığını vurgular. Benzer teknikler kullanılarak yapılan bu afişler, figürlerin kullanılışı, duruşları, yüz ifadeleri, kıyafet seçimleri ve figüratif, kültleşmiş imgeler (örneğin Türk bayrağı) ile ayırt edilir. Bu her afiş türü için geçerli bir özelliktir olmasına karşın her afiş kendi türüne özgü ayırt edici özellikler taşır. (Doğan 242)

Tasarımlardaki güçlü unsurların oluşmasını sağlayan bazı etkenler vardır. Bunlardan biri de; doğru renk kullanımıdır. Film afiş tasarımlarında içerik ve rengin yanında form da önemlidir. Afişlerde form ve içerik birlikte değerlendirilebilir. Mekan olmadan hayali formlar yaratılır. Bu şekilde afiş tasarımları ele alınarak değerlendirilir. Bunun temel nedenleri arasında filmin konusunun rahat anlaşılmasıdır. “Görsel anlamda mümkün kılınan sayısız etki seçeneğinden sadece doğru olanların uygun oranlarda kullanılması; bu etkilerin durağan ve hareketli grafikler üzerinde yaratabileceği görüntü ve mesaj kirliliğini ortadan kaldıracaktır”(Atiker 44). Afişlerin rahat anlaşılır düzeyde olmasının nedenlerinden biri de yalınlığıdır.

Türk grafik sanatının Türk sinema filmi afişlerine etkisi açıktır. 20. yüzyılın ortalarında sinema afiş tasarımı yapan tasarımcılar itibaren karikatürist veya illüstratör olarak hayatlarına devam ederken, sonraki yıllarda sanatçı kimlik taşıyan tasarımcıların dönemi başlar. Bu değişim süreci 2000'li yıllarda artık multidisipliner anlayış çerçevesinde gerçekleşmektedir.

4.3. Sinemada Dijitalleşen Afiş

“Tasarım, gerekli olanın araştırılması ve biçimlendirecek kişinin yaratıcı özelliklerini de katarak ortaya çıkardığı bir biçim, şekil ya da modeldir” (Ketenci-Bilgili 277). Dijitalleşmenin başlamasıyla tasarım anlayışının değişim ve yenileşim sürecinde ortaya çıkardığı üretimler sadece teknolojinin yardımı değil, bir diğer faktör de tasarımcının kendi yeteneğine de büyük ölçüde bağlı olarak hareket etmesidir.

Afiş tasarımında desen, kolaj, baskı resim, airbrush, bilgisayar... gibi her türlü yöntem ve teknikler kullanılabilir. Elle yapılması çok güç ve zaman gerektiren çalışmaları, kısa sürede uygulanabilir hale getirmelerinden dolayı bilgisayarlar ve dolayısıyla geliştirilen bilgisayar programları, grafik tasarımda önemli yeri olan afiş çalışmaları için tercih edilen araç olmuşlardır. Kaldı ki diğer tasarım teknikleriyle hazırlanmış çalışmaların dahi son halleri bilgisayar ortamında sonuçlanmaktadır.(Boztaş 63)

Son rötuş aşamalarında dahi kullanılan bilgisayar programları tasarımcılara kolaylık ve rahatlığın yanı sıra yeni sanatsal kombinasyonlar oluşturmaya yardımcı olmaktadır.

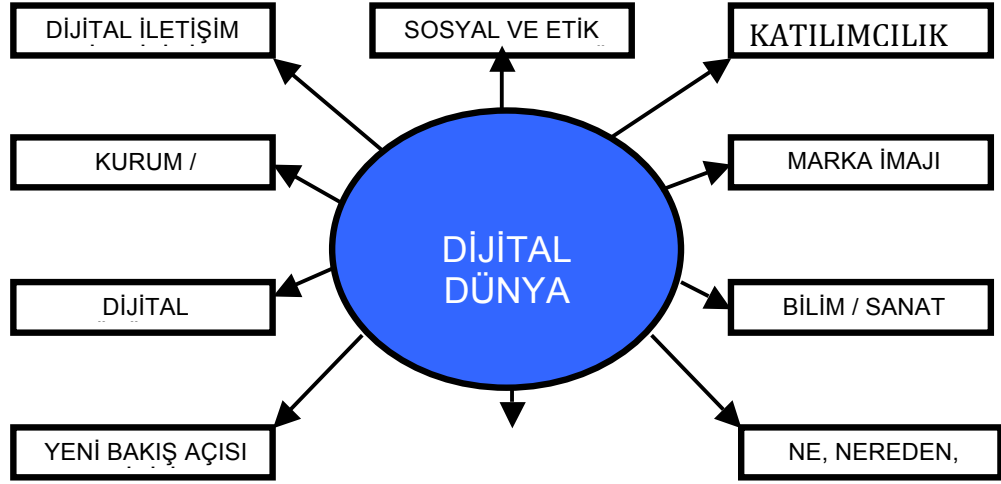
Bakmak ve hissetmekten geçen dikkate değer fark, çok farklı yüzleşim sağlayan özgün yaklaşımlardadır. Bugün aracı tabanlı yüzleşim olarak adlandırılan şey, gelecekte bilgisayarlarla insanların birbiriyle konuşmasının başlıca biçimi haline gelecektir. Zaman ve mekandaki belli noktalarda bitler atomlara ve atomlar da bitlere dönüşecektir. Bu ister bir sıvı kristalin aktarımı, isterse bir konuşma makinesinin seslendirmesi olsun, yüzleşim her durumda boyut, biçim, renk ve ses tonuna ve bütün öteki duyu enformasyonlarına gereksinim gösterecektir (Negroponte 96).

Algı değişiminin nedenlerinden biri de bilgisayar sistemlerinin insan hayatına girmesidir. Bakmak ve hissetmek arasındaki fark, mekanik ve el yapımı arasındaki fark kadar keskindir. Yani, bilgisayar sistemleri iletişim kanallarından bazılarını zayıflatmakta bazılarını da güçlendirmektedir.

Dikkatlice incelendiğinde anlaşılacağı üzere, afiş sanatında da yapısal kurgu ön plana çıkmaktadır. Kurgu zanaatını uygulama düzeyi sayısı, uygulamada bulunan zanaatkar sayısına eşittir. Bu düzeyler, mekanik olandan gerçekten yaratıcı olana kadar uzanır. Kurgu, elde bulunan videoların, resimlerin amacına uygun biçimde ve mantıklı bir biçimde sıralanmasına, sıralanmış olan bu görüntülerin üzerine ses ve/veya yazı bindirilerek sonuçta komple bir video elde edilmesine kurgu denir (Kartal 8).

Bilgisayarın sanat alanında kullanımı birçok değişimi de günümüze getirmiştir. Bilgisayar sanatı üzerine araştırmalar Bell laboratuvarında Kenneth Knowlton, fotoğrafik yarım ton (Harftone) değerlerin daha kaba bir derecelemesinin ışık ve gölgesini çeşitli harf karakterleri ve imler kullanarak bir satır yazıcısında dizgi yöntemiyle, gerektiğinde üst üste bindirme tekniği geliştirerek benzeştirdiği “Computer Nude” çalışmasıyla büyük bir ilgi toplar. Yaklaşık aynı zaman diliminde Tokyo Üniversitesinde Hiroshi Kawano sanat araştırma laboratuvarında Japonya’nın ilk bilgisayar sanatı araştırması yaratmak için bir çizici kullanır. Bu çabasını meslektaşları Manabu Yamada ve Yoshio Tsukio’nun asetat sayfalarına çizicilerle ilk bilgisayar canlandırmasını çizme çabaları izler. (Sarıkavak, Sayısal Tipografi 41)

Günümüzde teknolojinin gelişmesi beraberinde sanatsal alandaki yenileşen çok yönlü gelişimleri de beraberinde getirmektedir. İnternetin yaygın olarak işletilerek iş hayatında etkin bir biçimde kullanılmaya başlanması birçok iş alanının geleneksel yöntemlerini değiştirmiş ve internet üzerinden pazarlama denilen yeni bir olguyu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca bu gelişmeler elektronik ortamlarda alışverişin geleneksel yöntemlere göre çok daha popüler hale gelmesini sağlamıştır. Çok daha büyük kitlelere erişim imkânları, müşteriyle daha yakından ilişki kurabilme imkânı, maliyetlerde azalma ve zamandan kazanma gibi konularda internet üzerinden işletim daha etkin bir rol oynamaya başlamıştır (Şekil-I. Dijital Dünya).



Şekil 1: Dijital Dünya

Teknoloji kavramı, tarihi süreç içerisinde önemli gelişim evreleri göstererek günümüzde derinliği giderek artan bir kapsam ve tanıma ulaşmıştır. Modern teknoloji, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmelerinde, insan hayatını, uluslararası ekonomik ilişkileri ve toplumların sosyal refah düzeylerini belirlemede en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Bilginin önemini özellikle vurgulayacak şekilde, “teknoloji, insan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ürün ve süreçlere bilginin uyarlanmasıdır” denilebilir (Burgess ve Diğerleri 2).

Afiş alanında iletişim amacı, aralarına mesafe giren sanatçı ile sanat tutkununu birbirine yakınlştırır. Ürün ya da hizmetle ilgili tüketicileri ikna edici iletişim çalışmaları yaparak bir sonraki adım olan satın almaya yönlendirmeyi hedefler. Dijital gelişimler yoluyla sanatsal ürün hakkında bilgiler vererek afiş sanatı bilgi düzeyini arttırıp daha sonra bu bilgiler temelinde değişikliği yaratmaktır. Son evrede ise, istenilen yönde bir gelişim eylemi oluşturmak amaçındadırlar.

Afiş tasarım sürecinde çok farklı değişim özelliği kullanılarak sanatçıların gelişime yönelik tutumları üzerinde olumlu bir imaj sağlayacak yöndeki yadsınamaz katkısı sağlanabilir. İnternetin ekonomik potansiyeli keşfedilmeden önce, internet bir bilgi

deposu ve zengin bir kütüphane niteliği taşımaktadır. İkinci aşamada ise ortaya farklı bilgilere erişim olanağı sağlayan çok farklı siteler çıktı. Bu aşamada medya kuruluşları da bilginin tek bir havuzda toplanarak değerlendirildiği yapılanmaları oluşturmaya başladılar. İlham kaynağı olan amaç ve misyona ilişkin açık mesaj gönderimdir. İlham kaynağı olurken temel yaklaşımlar şöyle özetlenebilir:

- * Başarı için diğer insanlara ilham verir,
- * Organizasyonun gelecekte nerede olacağını açıklar,
- * İzleyiciler arasında güçlü bir amaç duygusu yaratır,
- * Bireysel/organizasyonel gereksinimleri bağdaştırır,
- * Mümkün olduğunu düşündüklerinden daha fazlasını başarımda izleyicilere yardım eder,
- * Eğer bir organizasyonu ayakta tutuşa odaklanılırsa, arzu edilen her şeye erişilebilir mesajını verir.

Pek çok afiş tasarımcısı hala geleneksel yöntemler kullanmakla birlikte, dijital araçlar önümüze tamamen yeni boyutlarda yorumlanabilen yaratıcılık alanları açmıştır. Sanatçının kendi eğilimlerine bağlı olarak, stüdyo-bir bilgisayarın varlığına rağmen ilk bakışta geleneksel bir afiş atölyesi izlenimini uyandırabilir. Çoğu sanatçı, üç boyutlu modellerin prototipini çıkarmayı başkalarına yaptırmayı sürdürmekte, ayrıca referans için resimlerle çizimlerin yazıcıdan alınmış baskılarına dayanmaktadır.

Dijital yolla afiş (ister fiziksel, ister sanal olsun) yaratma süreci, bilgilerin yüklenmesi, taranması ve görselleştirilmesiyle başlar. Bu teknoloji, tıbbi resimler çizimi ve endüstriyel üretim gibi ticari alandaki gelişimlerden doğmuştur. Veri aktarmanın çeşitli yolları vardır. Bir nesne bilgisayarda taranınca işlenebilir, değişikliğe uğratılabilir ya da 'sanal afişe dönüştürülebilir'. Afiş tasarımcısının büyük bir özenle başardığı deneyiminin en yaratıcı kısmı budur. Taranarak elde edilen veriler nesnenin temel formunu ve boyutlarını sunarak bilgisayarın onu bir 'tel-çerçeve kurgusu' olarak göstermesine imkan tanımakla birlikte, aynı zamanda sanatçının nesnenin görüşü, büyüklüğü ve yüzey özelliklerini tam olarak denetlemesini sağlayan da üç boyutlu yazılımdır.

Yapılan değişiklikler çoğunlukla alışlagelmiş tarzda bir fare ve klavyeyle uygulanırken, kayda değer gelişmelerden birisi dokunmatik giriş aygıtının (bilgisayar

içindeki sanal malzemenin yoğunluğunu hesaplayarak somut geri bildirimleri sanatçıya aktaran, bir afiş tasarımcısının bir form kazandırmasıyla aynı şekilde kafa yorup ona şekil vermesini sağlayan bir ara yüzün geliştirilmesiydi.

Görsel afiş yaratan sanatçıların gözünde, tamamlanmış eser bir veri dosyası olarak vardır. Nihai sanal form, iki boyutlu baskılar, afiş her açıdan görülmesini sağlayan QuickTime VR dosyaları ve sanal gerçeklik ortamlarına uygun etkileşimli üç boyutlu dosyalar dahil olmak üzere çeşitli dosya tipleri ya da araçlarıyla muhafaza edilebilir ya da bir film veya animasyonun parçası haline getirilebilir. Fiziksel bir nesne isteyen afiş tasarımcıları da bilgisayar-denetimli bir üretim makinesi aracılığıyla elde edilmiş bir dijital dosya hazırlar. Burada ortaya çıkan sonuç, ya bitmiş afiş, ya da o afişin sergilendiği platform olabilir.

Afişler ve çeşitli afiş tasarımları yapmak için geliştirilen ilk teknolojiler arasında değişik bilgisayar programları bulunuyordu. Buradan ele alındığında, dijital afiş süreci çıkarımsal süreçtir ve hızlı prototip çıkarmayla kıyaslandığında yüksek derecede doğruluk, büyük ölçekli nesnelere yaratma potansiyeli ve maliyetin oldukça düşük kalması gibi üstünlükleri söz konusudur.

Film afişlerinin biçimini ve içeriğini etkileyen pek çok etken vardır. Sanatsal akımlar, siyasal, ekonomik, kültürel ve teknolojik etkenler sinemayı olduğu gibi film afişlerinin tasarımlarını da zaman içerisinde değiştirmiş ve geliştirmiştir (Meriç 48).

Dünyada birçok afiş stüdyoları, ilk başta geleneksel bir afiş tasarım atölyesi iken, artık grafik tasarımcısının hem geleneksel hem de dijital üretim yöntemleri alabildiğine sunmaktadır. Geliştirilmiş büyüklükte ve formda köpük, ahşap, cam, belirli tipte mumlar ve plastik ile daha büyük ölçülerde afiş üretme kapasitesine sahiptir. Daha büyük çalışmalar küçük kesitler halinde yapıp daha sonra birleştirilebilmektedir. Daha sonra, 2000'lere doğru dijital afiş projeleri yapan atölyelere dönüşmektedir.

Bilgisayar destekli tasarımın yapılması tasarım yapıldığı süreç boyunca özgünlüğü, zaman tasarrufunu, çeşitlilik gibi konularda tasarımcılara rahatlık sağlayabilmektedir. Örneğin, Adobe Photoshop gibi programlarla illüstrasyonlar, fotoğraf manipülasyonları, kesme, birleştirme gibi bir dizi işlem yapılabilir. Adobe

İllüstrator programı ile diğer çalışmaların yanında grafik tasarımın önemli unsuru olan tipografi çalışmaları ile ilgili her türlü uygulama yapılabilir.

Diğer programlardan farklı olarak Fractal Design Painter programı ile bilgisayar ortamına aktarılan fotoğraf ve görüntüler üzerinde resim tekniklerinin (yağlıboya, suluboya, pastel boya) etkileri yaratılabilir. 3D Stüdyo Max programı ile gerçeğe yakın üç boyutlu görüntü ve resimler elde edilebilir. Bunların dışında Corel Draw, Freehand, Fireworks, Dreamweaver, Paintshops, Flash, Maya, Imegerady gibi programlar günümüzde grafik tasarımcılar tarafından kullanılmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte bu programların yeni sürümleri çıkararak çeşitliliği daha da artmaktadır. Grafik tasarımcısının kendi alanında yetkinliğe ulaşabilmesi için bu gelişime ayak uydurması önemlidir ve bu programlardan kendi tasarımına en uygun olanların kullanımı gerekmektedir.(Boztaş 63-64)

Bilgisayarlı sayısal kontrol yanı sıra, afiş tasarım teknolojisini kullanan üç boyutlu baskı tekniğini anmak gerekir. Bu oldukça hassas düzeydeki işlemde, ortaya konması arzulanan nesnenin kesitinden biraz daha büyük olan ince bir boya tabakası bir yüzeye yayılmaktadır. Elde edilen yeni form ve yapıda oluşturulan tasarım, daha sonra çıktı halinde hazırlanır.

Afişin şekli üç boyutlu formda ortaya çıkana değin çok çeşitli yapıstırıcı ve diğer malzeme ile tekrar ince katmanlara yedirilir. Bu yöntem yapılması imkansız genelde hızlı afiş prototip çıkarmadır. Geleneksel afiş tasarım atölyesinde yapılması imkansız olan alttan kesmeler, çizgiler, yazılar ve diğer unsurlar içerde boşluk bırakmalar ve kafes-benzeri şekillerin kurulmasını sağlayan üstünlüklere sahiptir.

Aslen endüstriyel tasarım ve imalatta kullanılmak üzere geliştirilmiş olan bu yazıcılar, neredeyse sınırsız renk tercihleriyle nesnelere yaratabilecek ve afiş tasarımcılarına olağandışı imkanlar sunabilecek kapasitededirler. Görülebileceği üzere, sanatın ve teknolojinin bir araya gelmesi dijital afiş alanında çok baskın bir özelliktir.

Bu teknolojilerin araç olarak getirdiği potansiyelin, hem bu sanat formunun gelecekteki gelişimlere etkisi hem de bu sanatın estetiğine yeni perspektifler kazandırılması açısından teknik düzlemde kavranması zorunludur. Daha sonra ortaya

ıkan fiziksel ve sanal sanat eserlerine, dijital afiş öncülerinin yaratılarına dahildir. Çağdaş afiş tasarımcıları dijital teknolojileri keşfe devam ettikçe, henüz akla hayale gelmemiŐ tipleri dahil olmak üzere yeni form ve yapıların ortaya çıkacağına kuşku yoktur.

5. 2000-2010 YILLARI ARASI TÜRK SİNEMASI FİLM AFİŞLERİNİN GELİŞİMİ

“Sinema tek bir sanat değil, bir çeşit sanatlar bileşimidir. Sinema yalnız sanat değil, aynı zamanda endüstridir. Bir tek insanın işi değil birçok kimsenin elbirliğiyle çalışmasının ürünüdür. Sinema, diğer birçok sanat gibi sınırlı sayıdaki alıcıya değil, milyonlarla sayılması gereken alıcıya seslenmek zorundadır“(Moran 96).

Sinema, bir çok sanat alanını bünyesinde barındırma ve bir bütün olarak seyirciyle paylaşma özelliği olan bir sanat dalıdır. Disiplin ve ekip çalışması gerektirmektedir. Oyuncusundan makyözüne yönetmeninden kameramanına kadar bir çok uzmanlık dalına gereksinim duyar.

Türk sinema tarihi dönemsel olarak ele alınırsa şu şekilde sıralanabilir;

“Türk sinema tarihi beş ana dönem altında incelenmektedir. Bunlar; İlk dönem (1914-1923), Muhsin Ertuğrul (Tiyatrocular) Dönemi (1923-1939), Geçiş Dönemi (1939-1950), Sinemacılar Dönemi (1950-1970) ve Genç Sinemacılar Dönemi’dir (1970-)”(Doğan 14).

Oluşum sürecini 1950–60 yılları arasında tamamlayan Türk sineması 1960’lı yılları ulusal bir sinema arayışı içerisinde geçirir.

Tiyatrocular döneminin belirleyici özellikleri Muhsin Ertuğrul’un yönetmen olarak sinemada etkin olduğu bir dönem olmasının yanı sıra, kent yaşamını yansıtan tek partili dönemin kültürel ideolojisi ve siyasetiyle bütünleşmiş olmasıdır. Bütün bu gelişmelere karşın, henüz seyirci ve yapımcının konumunun sinema alanında belirleyici olma kimliğine ulaşması söz konusu değildir (Doğan 18).

1967’de başlayan renkli film furçası, film giderlerini bir kalemde bir katı artırdığı için bunalımı ağırlaştırır, ertesi yıl başlayan televizyon yayınlarıyla seyirci sayısında düşüş başlar ve Yeşilçamın en parlak yılları yavaş yavaş geride kalmıştır. (Sivas 84)

“1960’lar ve 1970’lerin ilk birkaç yılı, bir bakıma Türk Sineması’nın en parlak dönemidir. Bu dönem boyunca seyirci sayısı hızlı bir artış göstermiştir”(Sivas 81). Pek çok başarılı filmin üretildiği bu on yılın ardından melodramların ağırlıkta olduğu 70’li yıllar gelir.

1980’lerin sonunu bir krizle karşılayan Türk sineması bu krizin ardından da yeni bir döneme girecek ve 1990’lar yeni bir Türk sinemasının ortaya çıkışından söz edilen bir dönem olacaktır. 90’lı yılların en önemli yanlarından biri de “kendi kişisel dünyalarını daha küçük ölçekli öyküler ve filmlerle anlatmak isteyen yönetmenlerin artık belli bir düzey tutturarak yapıtlarla seyirci önüne çıkmalarıydı”(Vardan, 751). Sonradan üzerinde çok konuşulacak, tartışılacak yönetmenler bu dönemde yetişir ve Türk sinemasını 80’li yıllara taşırlar. 1980’ler ve 1990’lar Türk sinemasında yeni akımların, yeni anlatım dillerinin oluştuğu dönemlerdir.

Türk Sineması, 1990’lara gelindiğinde tarihin en zor günlerini yaşıyordu. Hayat şartlarının ağırlaşması etkinliğini kaybetmeye başlayan videonun yerine sayısı hızla artmaya başlayan özel televizyonların yayına geçmesiyle sinema seyircisi salonlardan uzaklaşmaya başladı. 1990’ların Türk Sineması açısından bir diğer önemli olayı ise, Hollywood’un en büyük film şirketlerinin (majörler) Türkiye’de şube açmaya başlamasıdır. (Ormanlı 114)

1990 sonrası Türk sineması’na baktığımızda yeni bir sinema dilinin oluştuğunu ve Türk sinemasının klasik anlatım yapılarından sıyrılmaya başladığını görürüz. Bu dönem devletin de sinemaya daha çok destek vermeye başladığı, Eurimages üyeliğinin gerçekleştiği ve böylece daha büyük ölçekli yapımların gerçekleştirilebildiği bir dönem olmuştur. Bunun yanı sıra özel televizyon kanalları ve sponsorluk destekleriyle birlikte çekilen film sayısında artış olmuştur. Ama hiç kuşkusuz, 1990 sonrası Türk sinemasını oluşturan ve taşıyanlar sanat filmleridir. Bağımsız çalışan yönetmenlerin çektiği bu filmler Türk sinemasında iz bırakmış ve yurt dışında ödüller almıştır. 90 sonrası Türk sineması böylelikle klasik Yeşilçam anlatısından sıyrılmış ve de yeni bir dil geliştirmiştir. Minimalist sinemanın yanı sıra, daha deneysel filmler de çekilmiş, 90lar sonrası Türkiye’sinin sorunları tartışılmış ve tüm bunlar gerçekliğin daha çok katmanlı biçimde gösterildiği filmlerde yer bulmuştur.

Milenyum algısının yaşatıldığı 2000 yılında, insanların artık dijital çağdan beklentileri de büyümekteydi. 2000’li yıllar için; beklentilerin değiştiği, 90’lı yılların kapanmasıyla bambaşka bir dönemece girildiği algısı kitlelerce hissedilmeye başlandığı söylenebilir. Türk sineması açısından ilklerin yılı olan 2000’ler, büyük başarılar yakalamıştır.

2000’lerin ilk on yılı Türk Sinemasında önemli gelişmelere sahne olmuş bir dönem olarak hatırlanacak kuşkusuz; yerli filmlerin gişede Hollywood yapımlarına kafa tutar olduğu, film üretiminin ciddi oranda arttığı bir çoğu 90’larda sinemaya adım atan bir yönetmen kuşağının başını çektiği kanaldan ilerleyen sinemacılarımızın uluslararası festivallerde hatırı sayılır başarılarla imza attığı bir dönem. (Sinema 6)

2000’li yıllarda yerli filmlerin seyirci toplaması ve yabancı filmleri geçmesi büyük bir başarıdır. “Yıllık sinema seyirci sayısı inişli çıkışlı bir grafik izlerken, gösterime giren Türk filmi sayısı ortalama 10-15 oldu. Yurtdışı ödüller kazanıldı;(Uzak-Jüri Büyük Ödülü En İyi Erkek Oyuncu-Cannes 2003), seyirci rekorları kırıldı; Vizontele, 3.3 milyon seyirci, yeni sinema dergileri yayına başladı”(Ormanlı 164).

Görsel olarak zenginleşmeye başlayan bir dönem olarak söz etmek mümkündür. Cumhuriyetin kurulduğu yıllardan 2000’li yıllara gelindiğinde bilişim ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler afiş tasarımını da dijital boyuta taşımıştır. Böylece, bilgisayarların hayatın her alanında internet desteğiyle kesintisiz kullanımı bir çok afiş tasarım programının kolaylıkla ve yaygın olarak kullanımını sağlamıştır.

2000’li yıllara gelinceye kadar film afiş tasarımları yazı ve resmin manuel olarak birleştirilmesi şeklindeydi. Türk sinemasında fotoğraf ve illüstratif afişlerin popüler bir kullanım alanı içerisinde olduğu söylenebilir. Bu gelişim sürecinde film afiş tasarımında fotoğraf ve illüstratif figürler birlikte kullanılmıştır. Bu dönüşüm sürecinde film afiş tasarımcılarının bilgisayar ve iletişim tekniklerine bağlı olarak yetkinlikleri arttıkça afiş üzerinde fikir ve yaratıcı süreçleri daha özgür bir şekilde kullanma imkanlarına kavuşmuşlar ve mesleki açıdan daha fazla söz sahibi olmaya başlamışlardır.

Günümüzde grafik ve reklam ajanslarının da afiş üretimleri ön plana çıkmaktadır. Giderek film afiş tasarımcılığı bir uzmanlık konusu haline gelmektedir. Örneğin,

dünya sinemasında önemli yeri olan başta Hollywood olmak üzere çekilen filmler için orjinal ve yaratıcı niteliklere sahip film afiş tasarımcıları ve ekipleri en son teknolojiyi kullanarak 'görsel şölen' sağlayan, izleyiciyi daha film izlemeden etki altına alan ve yönlendiren afiş tasarımları ön plana çıkmaktadır. Görsel tasarım tekniklerinin yanı sıra teknolojik alt yapının sağladığı imkanlar ve renklerin ustaca kullanımı kitlelerin izlenim edinerek verilemek istenen mesajın doğrultusunda kolaylıkla kanalize olmaları başarılıdır.

Türk sinemasının gelişmesine paralel olarak afişlerinin de tasarımında fotoğraf sanatının alt yapısını oluşturan teknolojinin gelişmesi afişte daha etkin kullanımını sağlamaktadır. Tasarım süreçlerinde kullanılan photosop, illustrator gibi bilgisayar programları afiş tasarımlarını bambaşka boyutlara taşımıştır. Toplumsal ve sosyal değişimi ve gelişimi sağlayarak yedinci sanata olan ilginin artmasına, bu vesileyle daha fazla seyirci ve izleyici sayısının artmasına sebep olmuştur.

Bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler reklamcılıkta olduğu kadar film afiş tasarımında kullanılan resimlerin daha etkili olması için gereken özellikleri kullanma imkanı vermiştir. Bu özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir; (Teker 144)

- * Duygusal etki yaratması
- * Düşünsel (rasyonel) etki yaratması
- * Kontrast, net, kalıcı iz bırakması ve hatırlanması
- * Uygun fiziksel özelliklere sahip olması
- * İzleyici de olumlu duygular uyandırması
- * Marka için özgün ve tipik özelliklere sahip olması
- * Bir saniyeden az bir sürede algılanabilir olması
- * Ürünün sağlayacağı ürünü ön plana çıkarması
- * Ürünün kullanım şeklini ve yararlarını arttırması
- * Ürünün özelliklerini en kısa yoldan anlatması
- * Bir ilanın üçte birinden fazlasını alan kaplaması
- * Ürünü çarpıcı şekilde büyük göstermesi (Teker 144)

Böylece modern film afişi tasarımcıları evrensel tasarım ilkelerini teknolojiyle beraber daha kolay rahat bir biçimde hayata aktarabilmişlerdir. Tasarımlarda kullanılan bu ilkeler son dönem film afişlerinde sıklıkla karşılaşılmaktadır. Anlaşılır

olmak ve görsel etki yaratmak asıl amacı olan afişlerin tasarımları görselliğin kuvvetlendirilmesiyle de ilintilidir. Ve tasarımcıların yerel değerlerinin aslında ne kadar önemli olduğunu Bourriaud şu şekilde aktarmıştır;

İlişkiye girdikleri topraklar ve kullandıkları formlar üzerinden giderek bir insan ve bir sanatçı olarak kendilerini keşfediyorlar. Başka bir deyişle, bir sanatçı için küreselleşmenin getirisi, “kültürel kimlik”, “kök” ya da “köken”ini ön plana çıkararak ilerleyen bu postmodern sanatçı figürünün aksine, küresel kültür düzleminde ilerleyerek daha spesifik ve yerli biçimlere ulaşma olasılığıdır (Bourriaud 40).

Gelişen teknolojiyle beraber süregelen bazı etkileşimler olmuştur. Bu etkileşimleri Yücel şu şekilde sıralamaktadır;

1980’li yıllardan itibaren ise gelişen teknolojilerin her alanda izlenen etkilerine kapılarını açmışlardır. 1960’lı yıllardan itibaren dijital formlarla deneysel çalışmalar yapmaya girişen sanatçılar da önce fotoğraf, sinema ve televizyonu, 1980’li yıllarda video kamera ve bilgisayarı, 1990’lı yıllardan sonra da interneti yaratıcı ortam olarak kullanmışlardır. 2000’li yıllarda ise seyahat, yolculuk, iletişim ağları ve teknoloji çağdaş sanatın yönünü değiştirmiş; dijital sanat, bilgisayar, sanal gerçeklik, aracı mekanlar, internet vb. sanatçıların yeni yaratı ortamları haline gelmiştir. Günümüzde disiplinlerarası yaklaşımla sanatın kapsamı da sürekli genişleme eğilimindedir. (Yücel 33)

Küresel film endüstrisi içinde varolmayı ve daha fazla seyirciyi çekebilmeyi sağlayan unsurlardan biri olan film afişleri yenilikçi ve yaratıcı özellikleri ile yayılmayı sağlar. Böylece filmin anlam mesaj unsuru olarak toplam hasılatın daha fazla artmasına ve film endüstrisinde önemli bir ekonomik güç elde etmesine neden olur. Çünkü, uzun süren hazırlıklar, provalar ve ağır zahmetlerle hazırlanan filmlerin ekonomik açıdan bu faaliyeti yürüten yönetmeninden oyuncusuna, dekorcusundan, makyözüne kadar bütün çalışanların gelir kaynağı merkezidir.

İşte bu faaliyetlerin seyirciye ve topluma ulaştırılmasında ve filmle ilgili imajın, günün, teknolojik imkanların içerisinde hazırlanmasında film afişleri tanıtım ve sunum ögesi olduğu kadar sinema endüstrisinin vitri konumundadırlar. Modern film

işletmeciliğinin itibarı ve imajını en genel anlamda ve yaygın biçimde izleyiciyle paylaşımı çağdaş film afiş tasarımcılarının yüksek teknolojik imkanlarla hazırladıkları yenilikçi ve yaratıcı film afişleri sonucunda gerçekteşir.

Bu periyoda film afiş tasarımcıları kendi uzmanlık alanlarını grafik tasarım teknikleri ve dijital imkanların sunduğu olanakları birleştirerek hazırladıkları film afişleriyle seyirciyle filmin gösteriminden buluşurlar ve bir anlamda onların akıllarında kalıcı bir mesaj oluştururlar.

Photoshop gibi programların kullanımı grafik tasarımcıları çok daha özgür ve yaratıcılıklarını sergileyebildikleri kendi deyimleriyle elleri ve kollarıdır. Photoshop programlarının her yıl bir kademe daha ileri seviyeye taşındığı da göze alınır, afiş tasarımlardaki yetkinlik düzeyinin de bu ölçüde arttığı söylenebilir. Belirli esaslar dahilinde tasarlanan kaliteli afişler bir anlamda kalite bir filmin afişi göstergesi sayılmaktadır.

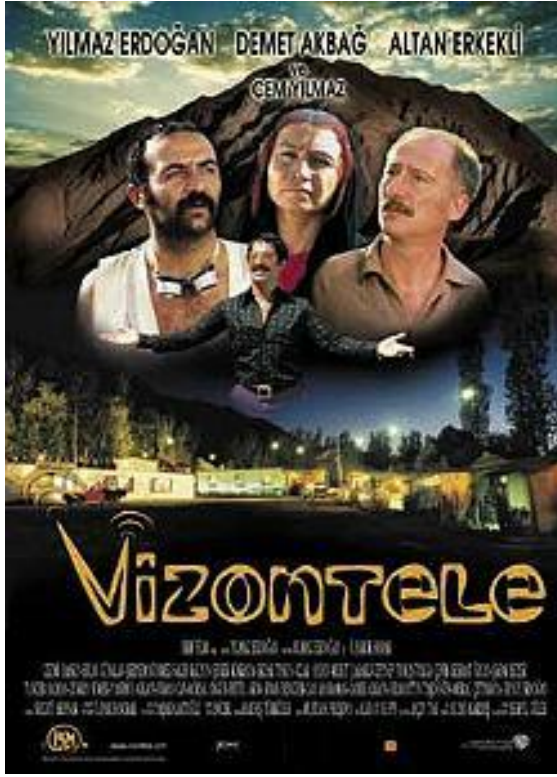
11 Sinema Türk film afişlerinin inceleme bölümünde 2000-2010 yılları arasında her yılın gişe birincileri değerlendirilmiştir. Görselliğin ve afiş tasarımlarının birincilikleri ve başarıyı etkilebileceği düşünülmesi nedeniyle böyle bir değerlendirilmeye gidilmiştir.

Bu inceleme ve yorum bölümünde afişteki biçimsel görenekler başlığı altında genel görsel tasarımları, dikkat çekici unsurları, uslubu ve dijital etkiler çerçevesinde afişlerin gelişim süreçlerine dikkat edilmeye çalışılmış ve yorumlanmıştır. Ve bazı film afişlerinde görülen biçimsel tematik özellikler aracılığıyla ortaya çıkan yaklaşımlar üzerinde durulmuştur.

5.1. Örnek Film Afişi İncelemeleri

Tez kapsamında 2000-2010 yılları arası Türk Sinemasında gişe birincileri olan; Vizonte (2000), Deli Yürek (2001), O Şimdi Asker (2002), G.O.R.A. (2003), Hababam Sınıfı Askerde (2004), Kurtlar Vadisi Irak (2005), Hokkabaz (2006), Recep İvedik (2007), Recep İvedik 2 (2008), Güneşi Gördüm (2009), Eyvah Eyvah (2010) filmleri incelenecektir.

5.2. Vizontele (2000)



Afiş 1: Vizontele

Vizontele

Yıl: 2000

Tür: Komedi, Drama

Biçimsel Görenekler

Siyah rengin baskın olduğu bir afiş dikkat çekmektedir. Kullanılan diğer renklerde koyu tonlarında devam etmiştir. Canlı renklerin hakim olması gereken yer olan gökyüzü de karartılmış ve odaklanılması gereken yerin konumundan sapmaması sağlanmıştır. 3 yıldız oyuncunun ismi afişin üst kısımda yer almaktadır. Yıldız oyuncuların fotoğrafları afişin merkezine yakın bir konuma yerleştirilmiştir.

Fotoğraf yerleştirme uygulanmıştır. Filmi yazıp yöneten ve başrol oyuncusu Yılmaz Erdoğan, yıldız oyuncuların yer aldığı fotoğraflardan oluşan üst-orta bölümde sol başta yerini almıştır. Fotoğrafların fon kısmında dağ fotoğrafı yerleştirme yapılmıştır. Dağ fonu izleyiciye film hakkında ufak sinyaller vermektedir. Tipografik düzenleme afişin orta alt bölümünde kullanılmıştır.

“Vizontele” tipografik açıdan konuya uygun olarak yeni bir tipografi stili yaratılarak ele alınmıştır. “V” harfinin üst kısmında televizyonun antenini andırması için imgeleştirilmiştir. Tipografik düzenleme afişle ve filmin isimiyle uyum içerisindedir. Filmin künyesi siyah üstüne beyaz olarak filmin adının altında yerini almıştır.

2000 yılı yapımı *Vizontele* Türk sinemasının yeniden hareketlenmesini sağlamıştır. Bu başarının yakalanmasını Okan Ormanlı şu şekilde değerlendirmiştir;

Türk filmlerinin belirli bir kaliteyi yakalaması, genç, dinamik, hırslı ve sinemayı seven ve bilen sinemacı bir kuşağın oluşmaya başlaması, büyük reklam kampanyaları, yazılı, görsel basın ve büyük bir güç haline gelen ‘internet’in etkin kullanımı, genelde televizyon dünyasında ünlü, ‘medyatik’ ve ‘karizmatik’ isimlerin kullanılması ve artık Hollywood’un kendini tekrarlayarak kendi seyircisini kaybetmeye başlaması. (Ormanlı 138)

Vizontele, bazı kesimler tarafından beğenilmemiştir. Buna rağmen 2000 yılında en çok izlenen film olmuş ve 3 milyon kişi tarafından izlenerek rekor kırmıştır. “Pahalı, gösterişli ve büyük reklam kampanyalı Hollywood filmlerine karşı gösterilen bu başarı Türk sinemasında derinlemesine incelenmesi gereken bir olgu olarak Türk Sinema tarihine geçti” (Ormanlı 138).

Filmin genel gündemi adından da anlaşılacağı üzere televizyon üzerine geçen bir konu işlenmiştir. Afişte dikkat çeken noktalardan biri filmin isminde kullanılan sarı tonun siyah fonda direk olarak kendini belli etmesidir. Doğu bölgesinin havasını yansıtan dağ ve mekanlara ait fotoğraflar fonda kullanılmıştır. Yıldız oyuncuların fotoğraflarındaki kıyafet kullanımıyla bu mesajın doğruluğu daha çok perçinlenmektedir. İzleyicinin filmin hakkında olsa bilgi edilmesi sağlanmış ve hedef kitlenin nasıl bir film tarzıyla karşılaşılacağı anlaşılır hale gelmiştir.

5. 3. Deli Yürek Bumerang Cehennemi



Afiş 2: Deli Yürek Bumerang Cehennemi

Deli Yürek

Yıl: 2001

Tür: Aksiyon, Drama

Biçimsel Görenekler

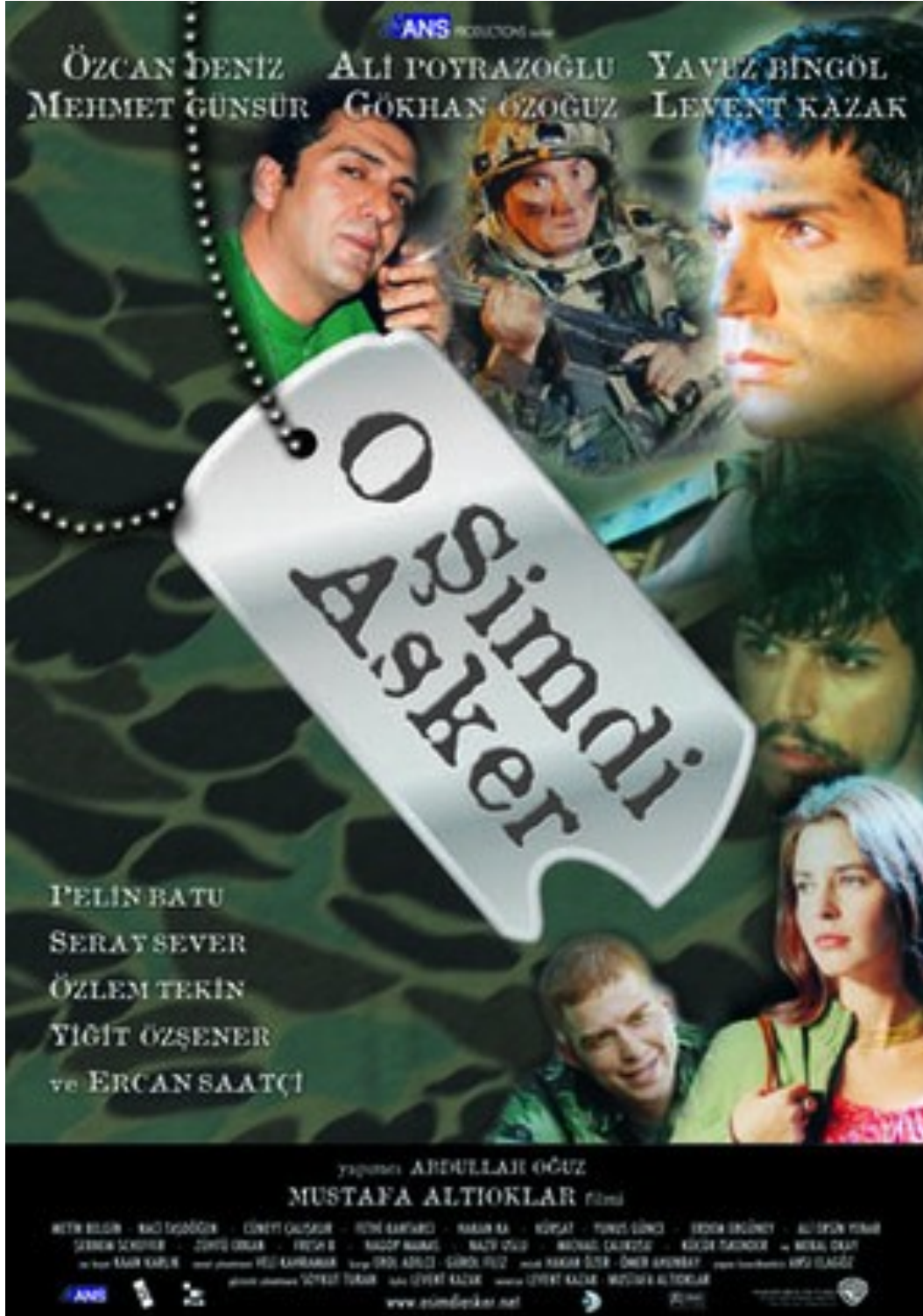
Siyah, beyaz ve sarının tonlarının hakim olduğu bir afiş olduğu söylenebilir. Başrol oyuncunun ön plana alınarak düzenlenen bir fotoğraf yerleştirilmesi yapılmış ve afişin üst bölümünde yıldız oyuncuların fotoğrafları yerleştirilmiştir. Bu düzenlemenin hemen üstünde oyuncuların adı beyaz renk kullanılarak yazılmıştır.

Dikkat çeken noktalardan biri tipografik düzenlemede tırnaklı bir font kullanımıdır. Bir diğeri ise filmin adının ön plana çıkması için kırmızı renk kullanılarak baskın hale getirilmiştir ve afişin orta bölümüne yerleştirilerek bu pekiştirilmiştir. Tipografik düzenlemenin alt kısmına düşman oldukları tahmin edilen yardımcı oyuncuların fotoğrafları daha küçük boyutlu olarak yerleştirilmiştir.

Sözsüz anlatımın bir diğeri olan giyim; karakterler hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır. Savaş sahnelerinin yer aldığı dolayısıyla da bunun yansıtıldığı kaotik bir çözümlenmeyle ele alınmıştır. Yaygın olarak kullanılan fotografik düzenleme Deli Yürek afişinde de görülmektedir. Görselliğin zenginleştiği ve anlatım üslubunun hemen hemen aynı olmasına rağmen kullanılan renklerle fark yaratan bir afiş görülmektedir.

Dijitalleşmenin etkilerinin görüldüğü bu film afişinde kullanılan programlar ve fotoğraf kalitesinin üstünlüğü afiş kalitesini arttırmıştır. Görsel olarak etki altına alan Deli Yürek afişi kaliteli bir yapımla karşılaşılacağına müjdesini vermektedir. Afişin etki alanlarından biri olan netliği ve kalıcı olması özelliklerini taşımaktadır. Kompozisyonun doğru kurgulanması ve renk seçimlerindeki doğrulukta bu etkiyi arttırmaktadır. Türk sinemasında afiş tasarımlarında modern çizgide devam eden gelişimin önemli bir ayağı olan Deli Yürek afiş tasarımı, başarılı bir afiş tasarımı olarak kitlelere ulaşmıştır.

5. 4. O Şimdi Asker



Afiş 3: O Şimdi Asker

O Şimdi Asker

Yıl: 2002

Tür: Komedi, Dram

Biçimsel Görenekler

Afiş görsel ögelerle tam ortasından yatay olarak ikiye bölünmüőtür. Asker künyesinin afişin orta planda yatay pozisyonda yer aldığı ve içerisine filmin adının yatay olarak yazıldığı görölmektedir.

Fotografik bir düzenleme ile künyenin etrafına yıldız oyuncu kadrosunun fotoğrafları yerleştirilmiştir. Afişin üst bölümünde başrol oyuncularının isimleri yer almaktadır. Fon olarak askeri desenlerin kullanıldığı afişte bir uyum söz konusudur. Tipografik açıdan bakılacak olursa filmin adında kullanılan tırnaklı fontla gri renkle miniskül olarak, oyuncuların ismi ise tırnaklı bir fontla beyaz renk kullanılarak majüskül yazılmıştır.

Renklerin ağırlıklı olarak yeşil ve tonları olduğu göröür. Böylelikle filmin isimiyle olan bütönlüğün korunması sağlanmıştır. Künyenin yerleştirilmesi afiş tasarımı açısından bir yenilik ve zenginleőme olarak görölebilir. Ayrıca künyenin paralel düzlem oluşturularak genel fon deseninden bağımsız olarak siyah renkle ayrıőtırılması hem sadelik hem de yeni bir soluk getirmiştir.

Renk kullanımını afiőte denge unsurlarından biridir. Fotografik kullanımın çok farklı düzeylerde kesilip dağıtılarak afiőin saė tarafında yoğunlaőtığı göze çarpmaktadır. Ayrıca nöbet tutan bir askerle sigarasının ićen bir askerin yan yana kullanılması da ironik bir durum oluőturmaktadır. Saė alt bölümde ise genellikle askerlerin yollarını gözledikleri sevdikleri kızın bir betimlemesi yapılmıőtır. Ön planda kadın oyuncu, arkasında bütöün sempatikliğiyle bakan bir asker dikkat çekmektedir.

G.O.R.A.

Yıl: 2003

Tür: Komedi, Macera, Bilim Kurgu

Biçimsel Görenekler

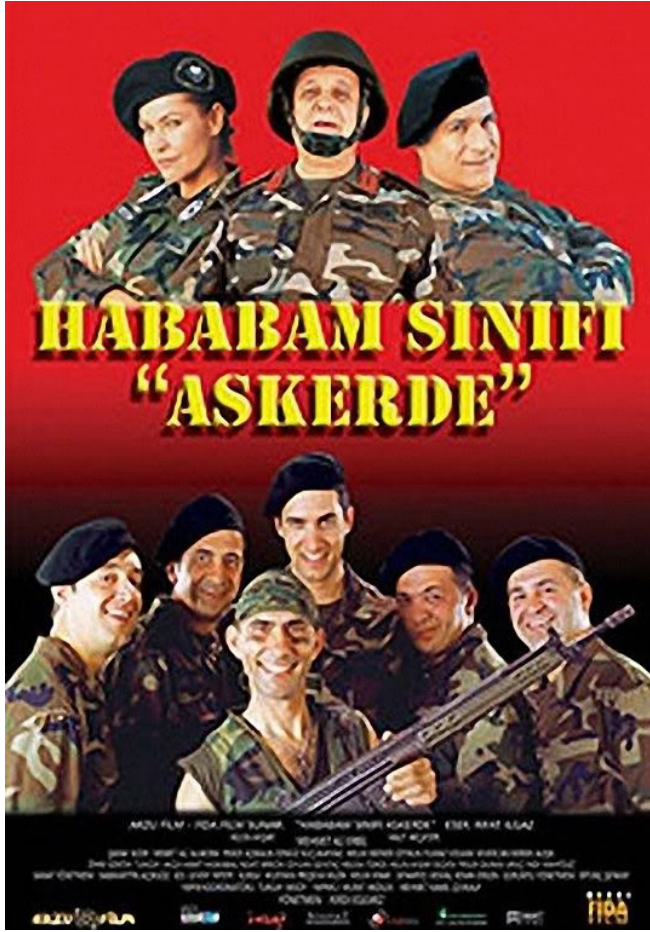
Türk sinemasının hareketlenmesini sağlayan film olarak görülen 2003 yapımı G.O.R.A. filmi tam anlamıyla yaşatacağı görsel şölenin sinyallerini afişinde göstermektedir. Afiş düzenlemesinde belirgin düzeyde görselleğin zenginleştiği ve estetik düzeyin yükseldiği görülmektedir.

Ön plandaki yıldız oyuncuların fotografik düzenlemesi dönemin popüler olan diyagonal biçimi afişin merkezine yaklaşık olarak yerleştirilmiştir. Denge unsuru halinde olan koyu rengin hakim olduğu görülmektedir. Renk geçişlerinin mükemmel bir harmoni halinde sağlandığı söylenebilir. Renk kullanımındaki koyu ve açık tonlarıdaki geçişler estetik bir çerçeve içerisinden bakılmasını sağlamıştır.

Tipografik düzenlemede filmin adı baskın bir şekilde tırnaklı bir font kullanılarak fotografik düzenlemenin altındaki yerini almıştır. Tipografideki kontrast geçişi de ilk olarak kullanıldığı söylenebilir. Oyuncuların isminin afişin üst kısmında belirli bir estetik açı çerçevesinde majiskül harflerle uzay temasına uygun olarak yazıldığı dikkat çekmektedir.

Uzayla ilgili yapılan yeni teknoloji ürünlerinin kullanıldığı G.O.R.A. filmi Türk sinemasına bir canlılık getirdiği tartışmasız doğrudur. Uzay temasında ele alınan afiş, düzenlemesi ve temasının yansıtılmasıyla kusursuz ve başarılı bir afiştir. Modern tipografi ve modern çizgide ele alınan G.O.R.A. afiş tasarımı, Türk sinemasındaki afiş çalışmalarının çitasını yükseltmiştir.

5. 6. Hababam Sınıfı Askerde



Afiş 5: Hababam Sınıfı Askerde

Hababam Sınıfı Askerde

Yıl: 2004

Tür: Komedi

Biçimsel Görenekler

Fon olarak siyah ve kırmızının kullanımı ilk olarak dikkat çeken bir unsurdur. Kırmızı ve siyah kullanımı belirli bir geçiş kullanılarak yapılmıştır. Bu kullanım afişi yatay düzlemde iki parçaya bölmüştür. Üst bölümde komutanların yer aldığı

fotografik düzenleme, orta kısımda filmin adı ve altında da askerlerin oluşturduğu bir fotografik bir düzenleme yapılmıştır.

Tüfeğiyle poz veren askerin ön planda yer alması da komedi türü bir film olduğu izlenimini vermektedir. Tehlike, aşk, tutkunun rengi olan kırmızı rengin baskın yer aldığı görülmektedir. “Kırmızı; aktif, enerjik ve dinamik yapısı sayesinde, tutkunun, ateşin, aşkın, kanın, hayatın rengidir”(Uçar 50). Renk tercihindeki bu seçim, afişin üst bölümünde kullanılmış olan siyah renge doğru yumuşatılarak renk geçişi sağlanmıştır. Renk kullanımı afişin tematik özelliklerini güçlendirmiştir.

Tipografik olarak majiskül ve tırnaklı bir fontla sarı rengin kullanımı afişin ismini odak noktası haline getirmektedir. Afişte vurgulanmak istenen mesajın ilk olarak isim olduğu düşünülebilir. Dijital çerçevede bakıldığında fotoğraf kalitesinin düşük bir düzeyde kaldığı ve önceki dönem film afişlerindeki dijitalleşen afiş yansımaları bu film afişinde görülmediği söylenebilir. Kullanılan renk ve kompozisyon itibariyle 1990 yıllarının afişlerini andırmaktadır. Önceki yıllarda yükselen çitanın altında kalan bir tasarım yapılmıştır. Afiş teknik açıdan yeterli durmamakla beraber, renklerde uyumlu bir kullanım yapıldığı söylenemez.

Kurtlar Vadisi Irak

Yıl: 2005

Tür: Aksiyon, Macera

Biçimsel Görenekler

Dijital bir düzenlemeyle yapılan Kurtlar Vadisi Irak film afişi ön planda olan başrol oyuncusunun fotoğrafıyla dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Belirli bir düzen çerçevesinde yerleştirilen diğer destekleyici fotoğraf kareleri üst düzeydeki estetik kaygıyı başarılı olarak yansıtmaktadır. Sağ orta alt bölümde yine başrol oyuncusunu ve diğer oyuncuların fotoğrafı görülmektedir. Bu düzenlemenin sol tarafında ise askerlerin hareket halinde bir fotoğrafı yerleştirilmiştir. Fon kısmında kullanılan bomba efekti afişe hareket katmıştır. En alt bölümde filmin künye kısmı siyah rengin üstünde yer alarak okunurluğu arttırılmıştır.

Afişin üst bölümünde yıldız oyuncuların ismi yer almakta ve renk geçişine uyumlu olarak baskın olarak değil yumuşak bir renk tonuyla yerini almaktadır. Renk bakımından siyah ve sarının tonlarının yoğun olarak kullanıldığı ve temaya uygun olarak bu seçimin yapıldığı düşünülmektedir. İsmine uygun olarak seçilen renk tonlaması film hakkında izleyiciye bilgi vermektedir.

Tipografik olarak tırnaklı ve majiskül bir kullanım söz konusudur. Tipografide düz bir font kullanılmadığı ve bazı harflere müdahale gerçekleştirilerek sıradan bir kullanımın dışına çıkmıştır. Sağ üst köşede filme ait bir replik yukarıdan aşağı espaslı olarak yazılmıştır.

Kurtlar Vadisi Irak sinemaya yeni bir soluk getirmiştir. Afişinde kullanılan renk harmonisi ve düzenlemesiyle farklılık yaratmış ve başarılı bir afiştir. Fotoğraf kullanımındaki profesyonel yaklaşım, afiş düzenlemesi ve tipografik müdahaleleriyle yansıtılmak istenen savaş ve duyguların etkisi arttırılmıştır. Yetkin olarak kullanılan bir çok multimedia alanının afişin tasarımıyla birleştirilmesiyle 2004 yılındaki afiş standardını yükseltmiştir.

5. 8. Hokkabaz



Afiş 7: Hokkabaz

Hokkabaz

Yıl: 2006

Tür: Komedi, Dram

Biçimsel Görenekler

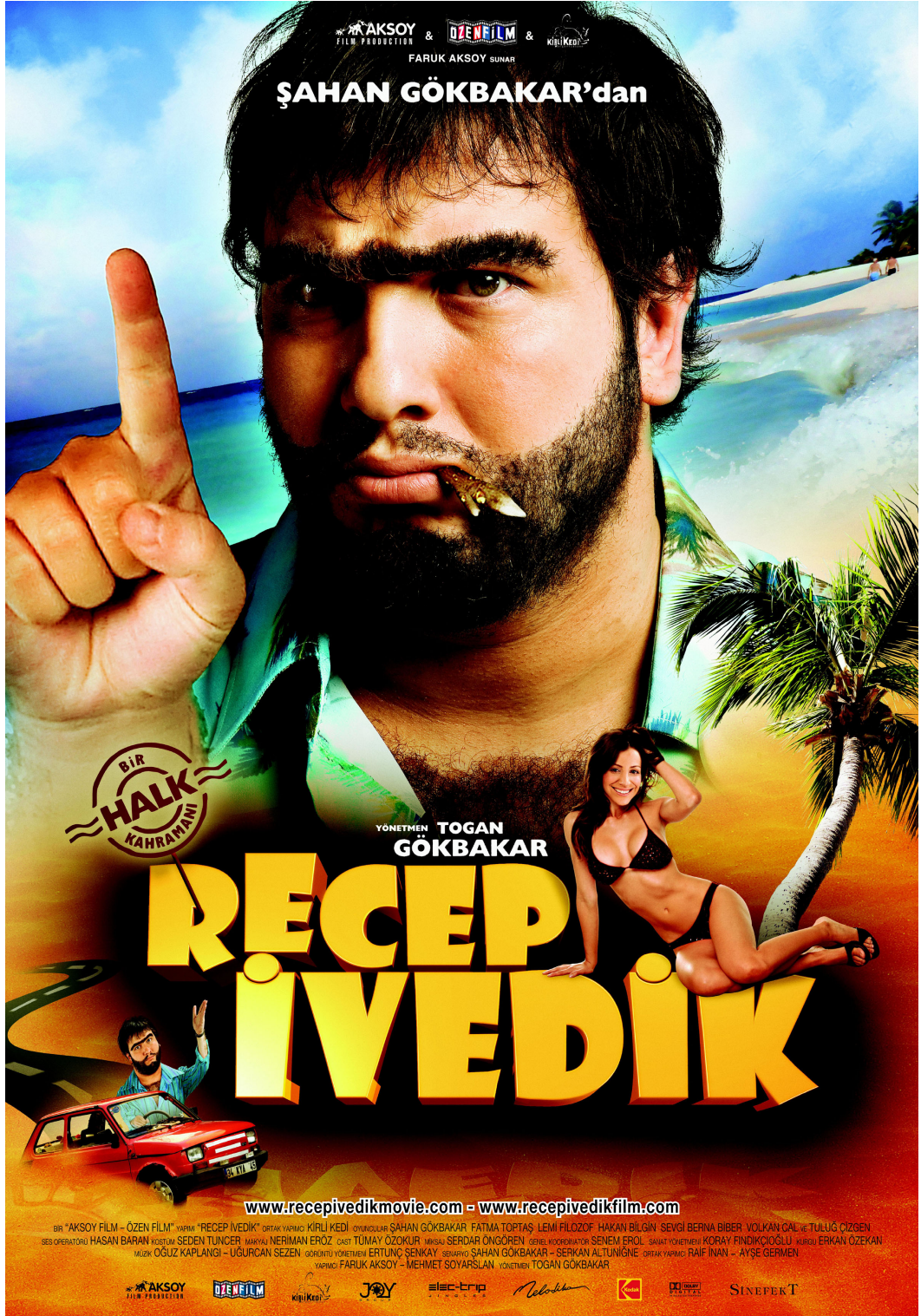
Dijitalleşen afiş gelişimin en güzel örneklerinden biridir. Cem Yılmaz'ın başrolünde yer aldığı ve aynı zamanda yazıp yönettiği filmde başarılı bir görsel şölen sunmaktadır. Afişinde de bu görsel şölen tadı alınmaktadır. Renklerin kullanımıyla sağlanan bu yaklaşım, hokkabaz temasına uygun olarak kıyafetler ve mükemmel bir düzen içerisinde yerleştirilmiş oyuncularıyla izleyiciyi etkilemeyi başarmaktadır.

Ön planda duran başrol oyuncusu Cem Yılmaz, sol elinde hokkabazların klasik hale gelmiş olan kuş tutma imajını canlandırmış aynı zamanda diğer eliyle de filmin ismine işaret etmektedir. Fonda kullanılan küçük detay objelerde dikkat çekicidir. Arka plana bilgisayar programlarıyla yerleştirilen bir tavşanın ve arabanın yer aldığı değişik bir şapka kullanımının olduğu görülmektedir.

Üst kısımda yer alan tipografik düzenleme afişin bütünlüğündeki yumuşaklığı sağlamıştır. Çok dengeli bir biçimde yerleştirilen tipografi, kendine has bir üslupla ele alınmış ve hokkabazlığın verdiği o büyüyle ilintili olacak şekilde yuvarlak hatlarda tasarlanmıştır.

İzleyiciyi şaşırtan bir film olan Hokkabaz büyük bir gişe başarısı göstermiştir. Afişinde görsel zenginlik ve yenilişen bir yaklaşım sergileyen tasarım olduğu görülmektedir. Temaya uygun her türlü yaklaşımın başarıyla uygulandığı söylenebilir.

5. 9. Recep İvedik



Afiş 8: Recep İvedik

Recep İvedik

Yıl: 2007

Tür: Komedi

Biçimsel Görenekler

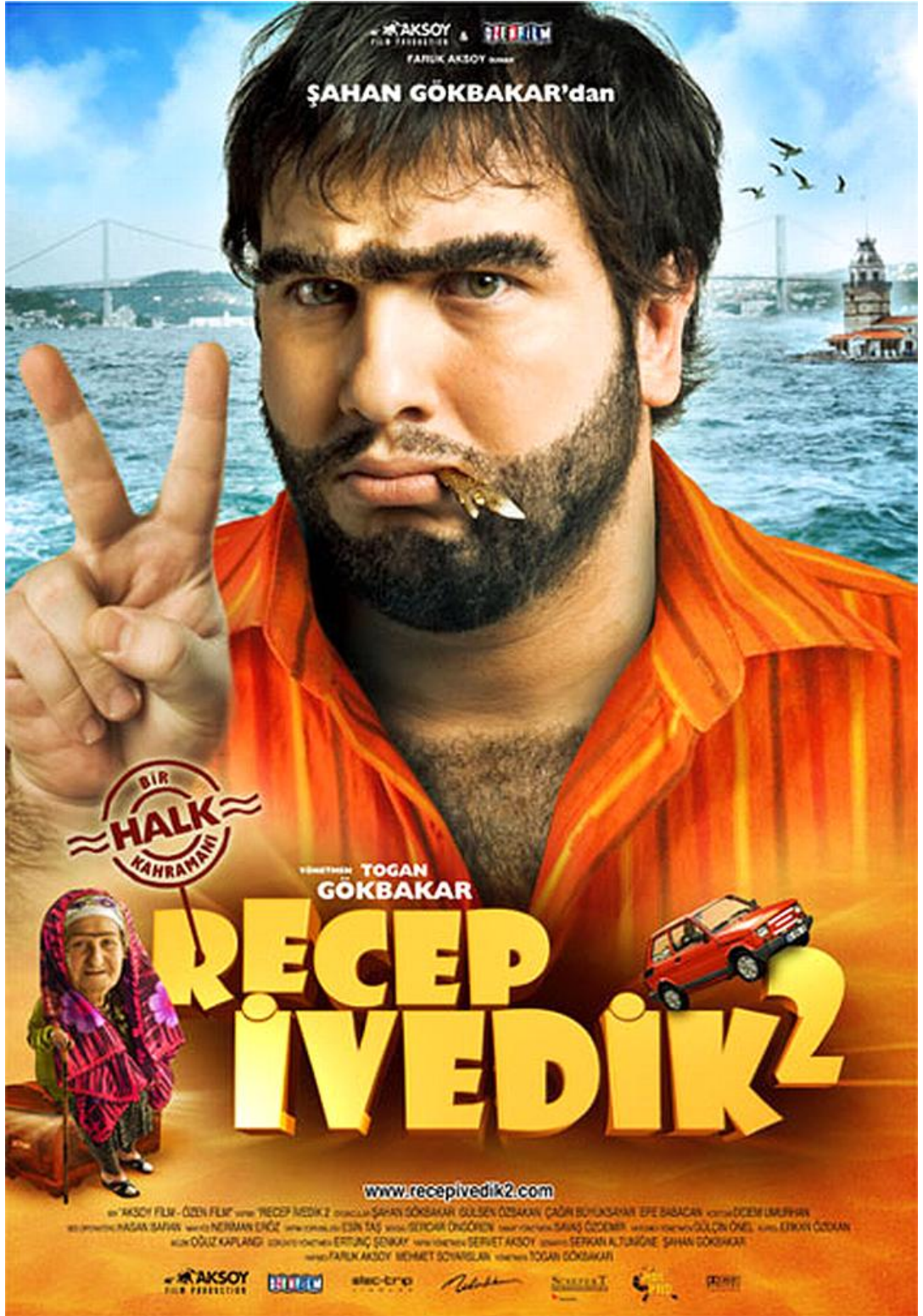
Kendine has bir film olan Recep İvedik, gişe hasılatı bakımından başarılı bir filmidir. Başrol oyuncusunun fotografik portresi afişin merkezine yerleştirilmiş ve direk seyirciyle göz göze gelmesi sağlanmıştır.

Ön planda baskın bir şekilde duran Recep İvedik karakteri sanki tek kişi olarak filmi götürüceğinin sinyalini ilk andan vermektedir. Portreye ek olarak yapılan bir sayısını işaret eden el fotoğrafı belirli bir yumuşatma geçişiyle portreye bağlanmıştır. Bu el işareti filmin birincisinin olduğunun da belirtisidir.

Renkler bakımından tatil havasının yansıtılmasını sağlanması için sıcak renkler kullanılmıştır. Ağırlıklı olarak mavi ve sarı tonlarında bir kullanım söz konusudur. Fotoğraf yerleşiminin hemen altına filmin ismi orta-alt bölüme yerleştirilmiştir. Tipografik bakımından başarılı bir font yaratımı yapılmıştır. Majiskül, tırnaksız ve kalın bir font kullanımı samimi bir hava katılmasını sağlamıştır.

Pek çok eleştiri yapılan filmlerden biri olan Recep İvedik, afişinde de kendini ön plana çıkarır niteliktedir. Yaz konseptini yansıtmak için belirli objelerin de kullanımıyla desteklenen düzenleme gayet başarılıdır.

5. 10. Recep İvedik 2



Afiş 9: Recep İvedik 2

Recep İvedik 2

Yıl: 2008

Tür: Komedi

Biçimsel görenekler

Birinci filmdeki başarıyı sürdürmeye kararlı olan Recep İvedik 2, afişinde de devam ettiği çizgiyi bozmamış ve birinci filmdeki temel düzenlemelere bağlı kalarak ikinci afişini izleyicinin karşısına çıkarmıştır. Temanın farklılığını fonda kullanılan deniz dalgası ve sol kenarda kullanılan karikatürize teyze fotoğrafıyla yansılmıştır.

Recep İvedik devam filmi niteliğinde olduğu için benzer tasarım ikinci filmde de devam ettirilmiştir. Böylece birinci filmdeki izleyicilerin ikinci filme de dikkatlerini çekecek mesajlar afişte yer almıştır.

Film artisti imajı ve izleyici arasındaki ilişki afişlerde yeni normlar yaratır. Öncelikle ideal olmayan erkek imajına belirleyici nitelikler yüklenir. Ayrıca erkek figürünün bu kadar ön planda baskın bir şekilde olması afiş tasarımını etkileyen düşünsel temellere yön verir.

Artık bir halk kahramanı olan Recep İvedik, bu özelliğini afişin sol orta alt bölüme yerleştirdiği damgasıyla pekiştirmiştir. Benzerlerinden farklı olarak insani özelliklerinden çok diğer özelliklerini vurgulanmak istenmektedir. Kürdan yerine ağzında tuttuğu ufak dal parçası da bunu anlatmak ister gibidir.

Fonda kullanılan Kız Kulesi ve deniz yerleştirmeleri filmin mekanı hakkında bilgi vermektedir. Komedi türünde alışılmışın dışına çıkan Recep İvedik afiş tasarımında da benzer özelliğini sürdürmüştür.

5. 11. Güneşi Gördüm



Afiş 10: Güneşi Gördüm

Güneşi Gördüm

Yıl: 2009

Tür: Dram

Biçimsel Görenekler

2009 yılında çekilen Güneşi Gördüm filmi, duygusallığını afişin üst bölümünde kullanılan gözlerle yansıtmaktadır. Hafif nemli olan gözler aslında hem filmin ismine ve içeriğine tamamen bir uyum içerisindedir. Renklerde yakalanan mükemmel uyum sarı ve tonlarının geçişleriyle sağlanmaktadır. “Sarı, farklı toplumlarda tanrısallıktan kaynaklanan fiziki bir gücün simgesi olarak karşımıza çıkar”(Uçar 53). Hayat veren ve aynı zamanda güneşin de rengi olan sarı renk yaşam enerjisinin simgesidir. Yumuşak tonlar yer almasıyla ve duygusal devinimler üzerine gidilmektir.

Tipografik açıdan majiskül ve ince bir font seçimiyle cılız bir vaziyette hayatta duran bir yaklaşımı da içermektedir. Font seçiminin başarılı olduğu ve baş harflerinin büyütülmesiyle grafik tasarım açısından bir estetik düzenleme de sağlanmıştır. Tipografinin alt bölümünde yer alan oyuncuların oluşmuş bir grubun fotoğrafına yer verilmektedir. Fotoğraflar ile izleyiciye nasıl bir kitle ile karşı karşı kalacaklarına dair ipucu verilmiştir. Kıyafet seçimleri bu ipucunun belirleyicisi olmuştur. Fakir bir görüntü çizmekte olan oyuncuların durumlarından filmde duygusal bir devinim yaşanması muhtemel gözükmemektedir.

Kusursuz bir dengeden söz etmenin mümkün görüldüğü bu afişte dikkaten çeken noktalardan biri üst bölümde yer alan nemli gözlerdir. Direk temas halinde olan bu gözler izleyicide düşüncelerin oluşmasının nedenidir. Afişte duygusal bağlantıyı kuran bu göz fotoğrafı, kompozisyon içerisinde uyumlu görünmektedir.

Fotoğraf kalitesinin yüksek olduğu ve kompozisyonda farklı bir düzenlemeye gidildiği görülmüştür.

5. 12. Eyvah Eyvah



Afiş 11: Eyvah Eyvah

Eyvah Eyvah

Yıl: 2010

Tür: Komedi

Biçimsel Görenekler

2010 yılında çekilen Eyvah Eyvah filmi komedi türünde bir filmidir. Afişin en üst kısmında başrol oyuncuların ismi ve altında fotoğrafları yer almaktadır. Fotoğraf kullanımı açısından büyük bir kullanım alanı seçilmiştir. Sol tarafta erkek oyuncunun şaşkın bakışı ve yanında şarkı söyleyen bir kadın fotoğrafı gösterilmiştir. Renk kullanımı açısından sıcak renkler kullanılmış ve bu çerçevede sarı ve mavi tonlarında bir gidişat izlenmiştir.

Alt bölümde yer alan tipografik düzenleme filmin ismin kırmızı yazılmasıyla başlamaktadır. Kırmızı ve tırnaksız bir font kullanılarak yazılan filmin ismi, fonda kullanılan deniz görseline uygun olarak hareketli olarak tasarlanmıştır. Baskın bir rengin hakimiyetiyle dikkatleri üzerine çeken tipografi, aynı zamanda ismine uygun olarak endişe ve panik havasını da vermektedir.

Eyvah eyvah filmi gişe bakımında başarılı bir filmidir. Film afişi geleneksel formları da korumaktadır. Majiskül olarak en üste yazılmış başrol oyuncularının isimleri ve filmin isminin arasında bir renk uyumu görülmektedir. Klasik bir anlatım yöntemiyle tasarlanan 2010 yapımı Eyvah Eyvah film afişi, estetik olarak sönük kalmış ve önceki yıllarda yapılan afişlerle kıyaslandığında çıtayı yükseltmesi beklenirken bu beklentiyi karşılamamıştır.

Ön planda olan oyuncuların portreleri ve geri kalan bölümlerde yansıtılmaya çalışılan yazlık mekan izlenimleri izleyicide film için bir algı oluşturmaktadır. Alaturka bir anlayışın hakim olduğu Eyvah Eyvah film afişi renklerin canlılığı yönünden dikkat çekicidir.

SONUÇLAR

Bu çalışma 2000-2010 yılları arasında Türk Sineması film afişlerini teknolojik ilerlemelerin sağladığı dijitalleşme süreci içerisindeki gelişmeleri incelenmiş ve afiş örneklerini nitel olarak değerlendirilmiştir. Afişlerin biçimsel görenekler aracılığı ile seyirciye etki eden afişi oluşturan sistem unsurlarının bakış açısını teşvik ve telkin ettiği saptanmış bulunmaktadır.

2000-2010 yılları arasındaki ekonomik, ve sosyal koşulların olduğu kadar teknolojik koşulların film afişlerini biçim, içerik, hazırlanma ve yetkinlik açısından etkilediği görülmüştür. Afişler öncelikli olarak tanıtım ve mesaj aktarımında temsil aracı konumunda ele alınmıştır. Teknolojik dönüşümleri yaşamın bir anlamda dijitalleşme sürecindeki farklılaşan söylemlerini içeren, bilgisayar programlarının üst düzeyde kullanımına bağlı olarak değişen bu yaratıcı süreçteki gelişimleri yeniden inşa edilmesinde katkıda bulunduğu ortaya çıkmıştır.

Günümüzün zenginleşen iletişim ortamının odağında dijitalleşme giderek daha öncelikli bir konuma geçmektedir. Sinema film afişi, filmle ilgili konuları kapsayan duygu düşünce ve izlenimlerini estetik, yaratıcı ve yenilikçi bir yaklaşımla aktarım sürecidir.

Afiş tasarımlarının birer kültür elemanı olmaları bakımından tıpkı diğer kültür unsurları gibi toplumun her kesiminde etkileşim içerisinde olmasına bağlı olarak, sinema filmi izleyicilerinin yakın ilgi, iletişim ve mesaj alışverişi kapsamına girmektedirler. Bu etkileşim iki yönlüdür. Toplumsal süreçler afiş üretimlerini etkilerken afişler de toplumların değişimine etki etmektedirler. Fotoğraf ve fotomontaj unsurlarının ve popüler kültürün görüntülenmesi, bilgisayarda fotokopiye kadar bir dizi hızlı medyanın tasarım malzemesi haline gelmesi, illüstrasyon anlayışının egemen olduğu eski dönemin el becerisine dayanan anlayışını geride bıraktığı gözlemlenmektedir.

Kısa gösterim süreçleri içinde tüketilen filmlerden geriye kalan görsel belgeler olarak her zaman toplumla yakın bağlar kuran afişler, Türk sinema izleyicisinin kalplerine ve akıllarına yer etmiş birçok anıyla birlikte onları kendine bağlamayı başarmıştır.

Türk sinemasında 1990'larda başlayan teknolojik ilerlemelerle gelişen ve iyileşen koşullarda üretilen film afişleri belli bir emeğin ürünüdür. Bu tasarımlar dünyadaki gelişmelere paralel olarak bilişim tabanlı teknolojik kaynakları kullanarak toplumun sanat bilincinin gelişmesine katkı sağlamıştır. Bu suretle çağdaş Türk sineması film afişlerinde görselliğin ve estetik yaklaşımların benimsenmesiyle mesaj iletişiminin kolaylaştığı görülmektedir.

Sanatın ve teknolojinin bir araya gelişi dijital afiş alanında oldukça temel düzeyde kullanılan bir özelliktir. Bu yenilikçi teknolojilerin araç olarak getirdiği potansiyelin, sanat formunun gelecekteki gelişimlere etkisi afiş sanatının estetiğine yeni perspektifler kazandırması açısından teknik düzlemde kavranması zorunludur. Böylece ortaya çıkan fiziksel ve imgesel eserler, dijital afiş öncülerinin yaratılarına açıktır.

Bilim ve teknolojinin ilerlemesiyle birlikte afiş tasarımı gelişimi biçimsel yenilikler getirmiştir. Çağdaş afiş tasarımcıları dijital teknolojileri keşfe devam ettikçe, yeni film afiş form ve yapılarının ortaya çıkacağına kuşku yoktur. Görsel kültürün 'edilgen' yapısına karşılık aynı zamanda 'etken' özelliklere fazlasıyla sahiptir.

Sanatsal gelişimi yukarıda yer alan paragraflardaki fikir ve düşüncelerle açıklanan Türk sineması afişleri aynı teknolojik gelişimin sağladığı olanaklar çerçevesinde dijitalleşme sürecinde değişimlerin de göstergeleridir.

Bu dinamik gelişim sürecinde film afişleri biçimsel ve tematik bakış açısının afişteki biçimsel görenekler başlığı altında genel görsel tasarımları, dikkat çekici unsurları, üslubu ve dijital etkiler çerçevesinde afişlerin gelişim süreçlerine dikkat edilmeye çalışılmış ve yorumlanmıştır. Özellikle bazı film afişlerinde görülen biçimsel tematik özellikler aracılığıyla ortaya çıkan yaklaşımlar üzerinde durulmuştur.

Afişlerde renk, tipografi, fotoğraf, illüstrasyon, kompozisyon gibi biçimsel görenekler, tematik görenekleri destekleyecek oranda profesyonel bir şekilde kullanıldığı belirlenmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde bilgisayar program ve iletişim teknolojisindeki gelişimlerin sağladığı imkanların yanı sıra, var olanın özellikleriyle ve bu ürünü ortaya koyan kişinin duyguları, düşünce, yetkinlik, estetik tasarım vizyonları ile daha büyük anlam ve değer kazanmaktadır. Örneğin, afiş tasarımcılarının kullandığı photoshop gibi programların her yıl yenilenmesi ve

ilerlemesi de afiş tasarımlarını etkilediği yadsınamaz. Buna bağlı olarak afiş tasarımcılığı giderek yeni bir uzmanlık alanı olarak önem kazanmaktadır.

Bu çalışma incelenen dönemle ilgili yapılan film afişlerinden her yılın izleyici sayısı açısından en çok izlenerek en fazla gişe hasılatı elde eden filmin afişi seçilip, teknolojik dönüşüm ve dijitalleşme süreci ele alınıp değerlendirilmiştir. Özellikle Afişlerdeki yazı, renk, fotoğraf kullanımının anlam ve değeri üzerinde durulmuştur. Bu çalışmanın sonunda elde edilen bilgi ve yorumlar hızlı dijitalleşmenin artan etkilerini göstermektedir.

1990'lı yıllardan başlayarak teknolojik gelişmeleri daha yakından takip eder hale gelinmiştir. Buna paralel olarak aynı dönemde üretilen film afişleri de dünya standartlarına yaklaşmaya başlamıştır. Tez kapsamında incelenen popüler örneklerin bazılarında amatörce yaklaşımla ele alınmış afişlerin olduğunu söylemek mümkündür. O Şimdi Asker ve Hababam Sınıfı Asker'de film afişleri sıradan ve özensiz olarak tasarlanmıştır. Türkiye'de film için ayrılan bütçe ile afiş tasarımları ve reklam kampanyalarına ayrılan bütçe arasında bir fark olduğu varsayılabilir. Böyle bir yaklaşımın sebepleri arasında, estetik kaygının bulunmaması ve henüz afiş tasarımlarının etkisinin önemli olduğunun bilincinin olmamasındandır. Hollywood yapımı filmlerin afişlerinde gösterilen özen ve etkileyicilik maalesef bazı Türk film afişlerinde görülmemiştir.

Diğer yandan komedi türü film afişlerinin profesyonel bir yaklaşımla ele alınarak yapıldıkları gözlemlenmiştir. Bu filmler; G.O.R.A, Hokkabaz, Vizonte ve Recep İvedik afişleri sayılabilir. Dengeli bir dağılımla özenli çalışmaların dijital alt yapıyla birleşmesi sonucu başarılı afişler ortaya çıkmıştır. Görselliğin ön planda olduğu bu afişlerde canlı ve dinamik bir yapı dikkat çekmektedir.

Aksiyon türünde yapılan filmlerin kendine has düzenlenen yapıları da diğer türlerden kendilerini ayırmaktadır. Ön planda duran kızgın portreler aksiyon ve hareketin simgeleri haline getirilmeye çalışılmıştır. Bu film afişleri şunlardır; Deli Yürek Bumerang Cehennemi ve Kurtlar Vadisi Irak.

20. yüzyılın ortalarında 10 yıllık bir periyodu kapsayan bu afişlerin tasarımları, Türkiye'nin yaşamsal gerçekliklerinin bir sentezini yansıtırken, aynı zamanda Dünya Sineması için üretilen afişler arasındaki konumunu da belirler. Çalışmaların

değerlendirilmesi sonucunda yapılan afişlerin büyük çoğunluğunda bu akımın etkileri görülmektedir. Postmodernizm olarak adlandırılan akım belli kurallara bağlı kalmaksızın gelişen bu yaklaşım, grafik tasarımına bir biçim ve hareket çeşitliliği getirerek, grafik alanında özgür ve dışavurumcu bir çağı başlatmıştır.

Görsel kültür elemanı olarak afiş toplumsal süreçlere, var olan toplumsal yapıları yeniden üreterek onların devamını sağlamasına yardımcı olduğu gibi toplumsal düzeni eleştirerek onu değiştirmeye de çalışmaktadır. Böylece afişler toplumsal süreçlerin dönüşümüne etki ederek insanlık tarihinin felsefi, politik, sosyolojik ve ekonomik evrimine katkı sağlarlar.

Sonuç olarak yüksek teknoloji ürünlerin kullanımı ve yetenekli tasarımcıların yaratıcı güçlerinin birleşmesiyle görsel gücü kuvvetli ve zengin afiş tasarımları ortaya çıkmaktadır. Çoğunlukla nitelikli fimlerin kaliteli ve özenle hazırlanmış görsel zenginlik içeren afişleri olduğu gözlemlenmiştir. Hazırlanan özgün afişler izleyiciyle buluştuğu andan itibaren filmle ilgili görsel bir etki yaratmayı başarmaktadır.

KAYNAKÇA

Akay, Ali. *Sanat Tarihi: Sıradışı Bir Disiplin*: İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2009.

Ambrose, Gavin. Nigel Aono-Billson, *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*, Çev: Melike Taşcıoğlu. Haz. Feyza Akder. İstanbul: Literatür Yayınevi, 2013.

Arslan, Rafet. "Gerçekliğin Terör Aşamasında Sanat." *Genç Sanat* Haziran. 2012. 36.

Atiker, Barış. "Görsel Etki Tekniklerinin Tarihçesi." *Grafik Tasarım* Mart-Nisan. 2013: 39.

Aykut, Aygül. *Sanat Eğitiminde Estetik*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi, 2012.

Barnard, Malcolm. *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Çev. Güliz Korkmaz. Ed. Mehmet Yılmaz. Ankara: Ütopya Yayınları, 2010.

Batı, Uğur. "Nesnenin, Dünyanın ya da Her Şeyin İmajlaştırılması." *Grafik Tasarım* Ocak-Şubat. 2013: 56.

Batı, Uğur. *Reklamın Dili*: İstanbul: Alfa Basım Yayım, 2010.

Becer, Emre. *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2011.

Berger, John. Görme Biçimleri, Çev. Yurdanur Salman. Haz. Müge Gürsoy Sökmen. İstanbul: Metis Yayınları, 2012.

Bourriaud, Nicolas. "Küreselleşme Nedir?" *Genç Sanat* Eylül 2011: 40.

Boztaş, Ekin. *Grafik Tasarım Eğitiminde Bilgisayar Destekli Paket Program Olarak Afiş*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2004. 63-64.

Burgess, Tom ve Diğerleri. *Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi*. Konya: Damla Ofset, 2000.

Burnett, Ron. *İmgeler Nasıl Düşünür?* Çev. Güçsal Pular. Haz. Ebru Kılıç, Tuncay Birkay. İstanbul: Metis Yayınları, 2012.

Büker, Seçil. *Sinemada Anlam Yaratma*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi, 2012.

- Çitci, Erol. *Görsel Kültür Elemanı Olarak 20. Yy'da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi*, Çukurova Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2009.
- Doğan, Serra. *Türk Sinemasında İllüstratif Afişler*, Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2009.
- Dorsay, Atilla. *Dorsay'ın Penceresinden*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 2009.
- Erinç, M. Sıtkı. *Sanat Psikolojisine Giriş*. Ankara: Ayraç Yayınevi, 2004.
- Fargo, France. *Sanat*, Çev. Özcan Doğan. Haz. Taşkın Takış. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2011.
- Farthing, Stephen. *Sanatın Tüm Öyküsü*. Çev. Gizem Aldoğan, Firdevs Candil Çulcu. Ed. Doç. Dr. Mehmet Üstünipek. Çin: HayalPerest Yayınevi, 2012.
- Filmin Doğuşu, *Film*. 2011 basımı.
- Foss, Bob. *Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji*. Çev. Mustafa K. Gerçeker. Ed. Güney Aldoğan. İstanbul: Hayalperest Yayınevi, 2012.
- Grafik Sanatları, http://www.sectit.com/genel_sozluk/grafik_sanatlari-t775.0.html. <17 Nisan 2013>
- Hakan, Fikret. *Türk Sinema Tarihi*. İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2012.
- Işıl, Müjde, Çelikutuş, Ebru. "Sinemayı Sevdiren Filmler." *Sinema Ocak*. 2001:6
- Karakurt, Yahya, http://gelisenbeyin.net/forum/forum_posts.asp?TID=4191 < 03 Mar. 2013>
- Kartal, Mikail. *Dijital Kurgu*. İstanbul: Pusula, 2004. 8.
- Ketenci, Hasan Fehmi, Can Bilgili, Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı. İstanbul: Beta Basım Yayım, 2006
- Klee, Paul. *Modern Sanat Üzerine*. Çev. Kaan Çaydamlı. Ed. Gonca Gülbey. İstanbul: Altıkırkbeş Yayın, 2011.
- Larter, Sarah. *Film*. Çev. Zeynep Belik, Seren Erdoğan. Çin: İnkılap Kitabevi, 2008.

- Meriç, Övünç. *1950'lerden 2000'e Atıf Yılmaz Filmlerinin Afiş İncelemesi*, Gazi Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2007. 48.
- Merter, Ender. *Cumhuriyet'i Afişleyen Adam*. İstanbul: Literatür Yayıncılık, 2008.
- Metz, Christian. *Sinemada Anlam Üzerine Denemeler*, Çev. Oğuz Adanır. Ed. Güney Aldoğan. İstanbul: Hayalperest Yayınevi, 2012.
- Mozota, Brigitte Borja de. *Tasarım Yönetimi*, Çev. Sibel Kaçamak. Ed. Umut Hasdemir. İstanbul: Mediacat Kitapları, 2006.
- Negroponte, Nicholas. *Dijital Dünya*. Çev. Zülfü Dicleli. İstanbul: Türk Henkel Dergisi Yayınları, 1996.
- Nikbay, Sezin. *Afiş Tasarımında Hedef Kitlenin Algılama Durumlarına İlişkin Görüşlerin Değerlendirilmesi*, Gazi Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2009.
- Ormanlı, Okan. *Türk Sinemasında Eleştiri*. İstanbul: Bileşim Yayınları, 2005.
- Özmutlu, Aytaç. *Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergelimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı*. Ondokuzmayıs Üniversitesi, Samsun, 2009.
- Özön, Nijat. *50 Yıllık Türk Sineması. Yedinci Sanat*, 1974.
- Özpalabıyıklar, Selahattin. *Tasarımcının Bir Genç Sanatçı Olarak Portresi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007.
- Reklam Afişleri,
http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/grafik/moduller/reklam_afisi.pdf. <18 Mart 2013>
- Sarikavak, Namık Kemal. *Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık 2009.
- Sarikavak, Namık Kemal. *Sayısal Tipografi*, Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları, 2005.

Sérullaz, Maurice. *Empresyonizm Sanat Ansiklopedisi*. Çev. Devrim Erbil. İstanbul: Remzi Kitabevi, 2004.

Sivas, Ala. *Türk Sinemasında Bağımsızlık Anlayışı ve Temsilcileri*, Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2007.

Teker, Ulufer. *Grafik Tasarım ve Reklam*. İstanbul: Yorum Sanat, 2009.

Tunalı, İsmail. *Tasarım Felsefesi*. İstanbul: YEM Yayın, 2012.

Uçar, Fikret. *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkilap Kitabevi, 2004.

Uluğkay, S.R. *Türkiye 'de Siyasal Afişin Gelişimi 1990-2000 yılları arası Örnek İki Parti ANAP-CHP Seçim Afişlerinin İncelenmesi*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2006.

Vardan, Uğur (2003), "1980'lerden sonra Türk Sineması" içinde Dünya Sinema Tarihi. Ed. Geoffrey Nowell-Smith, İstanbul: Kabalcı Yayınevi

Vilem Flusser, *Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru*. Çev. İhsan Derman. Haz. Murat Karagöz. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi, 2009.

Weill, Alain. *Grafik Tasarım*, Çev. Orçun Türkay, Ed. Korkut E. Erdur. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007.

Yücel, Derya. "Dijital Teknolojiler Ekseninde Değişen Sanat ve Kurumlar" *Genç Sanat Eylül 2012*: 33.

Ziss, Anver. *Estetik Gerçekliği Sanatsal Özümsemenin Bilimi*, Çev. Yakup Şahan, İstanbul: Hayalbaz Kitap, 2009.

7 Elements of a great movie poster design,

<http://www.webdesignerdepot.com/2011/02/7-elements-of-a-great-movie-poster-design/> <5 Mayıs 2013>